



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา 3642202 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการราคา

(ภาษาอังกฤษ) Pricing Management

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

คำนำ

รายละเอียดรายวิชาการจัดการราคา (Pricing Management) รหัสวิชา 3642202 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายการจัดการราคา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ในหมวดวิชาเลือกเสรี โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการราคา วัตถุประสงค์การกำหนดราคา นโยบายการกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา วิธีการการกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา การใช้ราคาเป็นเครื่องมือสำหรับกลยุทธ์การตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มิถุนายน 2563

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	18
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	18

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 วิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
- 4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล ตอนเรียน A1, B1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1/2563 ชั้นปีที่ 4

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 20 มิถุนายน 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

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

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหามีความทันสมัย 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 สามารถติดตามความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงทางราชการและวิชาชีพทางด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก 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 โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย/ข้อสอบอัตนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่น แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน และแบบฝึกหัดเพิ่มเติม

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

○ 3.1.2 สามารถสืบค้น จำแนก และประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

○ 3.1.3 สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการจัดการราคา

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบโดยเน้นตัวอย่างการแก้ปัญหาทางด้านการจัดการราคา

(3) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย/ข้อสอบอัตนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่น แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 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 กล่าวที่จะแสดงภาวะผู้นำ 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 (Online)	<p>แนะนำเนื้อหาในบทเรียน ความเป็นมาและความสำคัญ ของการศึกษาในรายวิชา ความหมายและความสำคัญ ของราคา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของราคา มูลค่า และอรรถประโยชน์ - ความ สำคัญ ของ การ ตัดสินใจด้านราคา - ประเภทของราคา 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. ให้นักศึกษาทำการธุรกิจเพื่อ จำหน่ายสินค้าหรือบริการ กลุ่มเป้าหมาย สถานที่ในการจำหน่าย หรือวิธีในการจำหน่ายสินค้า 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการ ราคา 3. ระบบ WBSC/คลิป VDO 4. ใบงานให้นักศึกษาอธิบายว่าการกำหนดราคา มีความสำคัญอย่างไรกับธุรกิจ 5.. ใบงานให้นักศึกษาการกำหนดสินค้า ให้กับธุรกิจ 	1	ผศ. นฤมล โสภารัตนกุล
2 (Online)	<p>ปัจจัยในการกำหนดราคา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัจจัยทางด้านอุปสงค์ (Demand) ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา - ปัจจัยทางด้านอุปทาน (Supply) ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา - ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. กิจกรรมในนักศึกษานำเสนอ ลักษณะสินค้ากับปัจจัยที่ส่งผลต่อการ กำหนดราคา 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการ ราคา 3. ระบบ WBSC/คลิป VDO 4. ใบงานปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคา 	2	ผศ. นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียน อธิบายได้ว่าปัจจัยไหนที่ส่งผล ต่อการกำหนดราคาสินค้าในตลาด					
3 (Online)	ขั้นตอนการกำหนดราคา - การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคา - การเลือกวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา - การพิจารณาอุปสงค์ - การคาดคะเนต้นทุน Learning Outcome นักศึกษาสามารถกำหนด วัตถุประสงค์ของการกำหนด ราคาและสามารถกำหนด ต้นทุนของการจำหน่ายสินค้า ของธุรกิจได้	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. ให้นักศึกษาทำการกำหนด วัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา ต้นทุนของการผลิต การซื้อ ต้นทุน คงที่ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนทาง การตลาด ของสินค้าที่กำหนดใน สัปดาห์ที่ 1	สื่อการสอน 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการ ราคา 3.ระบบ WBSC/คลิป VDO 4. ใบงานให้นักศึกษากำหนดวัตถุประสงค์ในการ กำหนดราคา ต้นทุนของการจำหน่าย สินค้าของธุรกิจที่กำหนดไว้ในสัปดาห์ที่ 1	3	ผศ.นฤมล โสภาร์ตกุล
4 (Online)	ขั้นตอนการกำหนดราคา (ต่อ) - การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น ราคา และข้อเสนอของคู่แข่งชั้น - การเลือกวิธีการกำหนด	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom	สื่อการสอน 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการ ราคา 3.ระบบ WBSC/คลิป VDO	3	ผศ.นฤมล โสภาร์ตกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>ราคาการเลือกราคาสุดท้าย</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะทำการเก็บข้อมูลของคู่แข่งและเปรียบเทียบราคาของคู่แข่งในแต่ละราย</p>		2. ให้นักศึกษาแต่ละคนทำการเก็บข้อมูลคู่แข่งที่จำหน่ายสินค้าเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน เพื่อพิจารณาวิธีการกำหนดราคาของคู่แข่งในตลาด	4. ใบงานสำรวจสินค้าคู่แข่งในตลาด		
5 (Online)	<p>การกำหนดราคาตามหลักเศรษฐศาสตร์</p> <p>- กำหนดราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly competitive market)</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาเขียนอธิบายกลยุทธ์ที่ใช้ในการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom</p> <p>2. ให้นักศึกษาสรุปประเด็นของวิดีโอเรื่องกลไกราคาในระบบเศรษฐกิจและตลาดสินค้าและบริการ</p>	<p>สื่อการสอน</p> <p>1. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการราคา</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. วิดีทัศน์เรื่องกลไกราคาในระบบเศรษฐกิจและตลาดสินค้าและบริการ https://www.youtube.com/watch?v=MxSztHZ-2Dw</p>	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
6 (Online)	<p>การกำหนดราคาตามหลักเศรษฐศาสตร์ (ต่อ)</p> <p>- กำหนดราคาในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfectly competitive market)</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom</p> <p>2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มจัดทำคลิปการ</p>	<p>สื่อการสอน</p> <p>1. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการราคา</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. ใบงานให้นักศึกษาจัดทำคลิปวีดีโอการ</p>	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียน อธิบายถึงวิธีการกำหนดราคา ของธุรกิจในตลาดประเภท ต่าง ๆ ได้		สัมภาษณ์ธุรกิจในตลาดต่าง ๆ เพื่อ ศึกษาวิธีการกำหนดราคาสินค้าของ ธุรกิจ	สัมภาษณ์ธุรกิจเกี่ยวกับการกำหนดราคาของ ตลาดประเภทต่าง ๆ		
7 (Online)	การกำหนดราคาวิธีพื้นฐาน - การกำหนดราคาทางทฤษฎี	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการ ราคา 3. ระบบ WBSC	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
8 (Online)	การกำหนดราคาวิธีพื้นฐาน (ต่อ) - การกำหนดราคาทางปฏิบัติ (Price Setting in Practice) Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะกำหนด ราคาโดยจะเลือกใช้วิธีการ กำหนดราคาที่เหมาะสมกับ สินค้าที่ได้กำหนดไว้ใน สัปดาห์ที่ 1	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. ให้นักศึกษาทำการกำหนดราคา โดยพิจารณาเลือกวิธีในการกำหนด ราคาแบบทฤษฎี หรือแบบปฏิบัติ เพื่อให้สอดคล้องกับสินค้า กลุ่มเป้าหมาย และคู่แข่ง	สื่อการสอน 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการ ราคา 3. ใบงานให้นักศึกษาที่กำหนดราคาสินค้า ด้วยวิธีพื้นฐานให้กับสินค้าที่กำหนดไว้ในสัปดาห์ ที่ 1 โดยวิธีการ	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
9 (Online)	นโยบายการกำหนดราคา และกลยุทธ์ราคา - นโยบายการกำหนดราคา	3	กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีสอนแบบบรรยายในชั้นเรียน 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการราคา 3. ใบงานให้นักศึกษากำหนดนโยบายของการกำหนดราคาสินค้าจากสินค้าที่นักศึกษา กำหนดไว้ในสัปดาห์ที่ 1	4	ผศ. นฤมล โสภารัตนกุล
10 (Online)	นโยบายการกำหนดราคา และกลยุทธ์ราคา (ต่อ) - กลยุทธ์ในการกำหนดราคา Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะเขียน อธิบายกลยุทธ์การตั้งราคา สินค้าออกใหม่และการตั้ง ราคาสินค้าสูงได้	3	กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีสอนแบบบรรยายในชั้นเรียน 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. นักศึกษาสรุปสิ่งที่ได้จากคลิปวิดีโอในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การตั้ง ราคาสินค้าใหม่ (Market Penetration Pricing) 4. นักศึกษาสรุปสิ่งที่ได้จากคลิปวิดีโอในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การตั้ง ราคาสินค้าสูง	สื่อการสอน 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการราคา 3. คลิปวิดีโอที่สนใจ กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า ใหม่ (Market Penetration Pricing) https://www.youtube.com/watch?v=uywoPX9Nycw 4. นักศึกษาสรุปสิ่งที่ได้จากคลิปวิดีโอในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าสูง https://www.youtube.com/watch?v=CodsZJfFlw	4	ผศ. นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
11 (Online)	กลยุทธ์การกำหนดราคาตาม วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์การกำหนดราคา ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	3	กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีสอนแบบบรรยายในชั้นเรียน 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการ ราคา	4	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
12 (Online)	กลยุทธ์การกำหนดราคาตาม ช่องทางการจัดจำหน่าย - การกำหนดราคาตาม ช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะเขียน อธิบายกลยุทธ์ในการกำหนด ราคาสินค้าในแต่ละช่วงวงจร ชีวิต และเขียนอธิบายกลยุทธ์ การกำหนดราคาช่องทางการ จัดการจัดจำหน่าย	3	กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีสอนแบบบรรยายในชั้นเรียน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วน 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดย ผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้ โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. ให้นักศึกษาทำการกำหนดกลยุทธ์ ที่ใช้ในการกำหนดราคาสินค้าของ ธุรกิจตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และกล ยุทธ์การกำหนดราคาช่องทางการ จัดการจัดจำหน่าย	สื่อการสอน 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการ ราคา 3. ใบงานการกำหนดกลยุทธ์การกำหนด ราคาของธุรกิจตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และ ช่องทางการจัดจำหน่าย	4	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
13 (Online)	<p>กลยุทธ์การกำหนดราคาการส่งเสริมการตลาด</p> <p>- การกำหนดราคาโดยการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะเขียนอธิบายกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดในการกำหนดราคาสินค้า</p>		<p>กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีสอนแบบบรรยายในชั้นเรียน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. ให้นักศึกษาใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดในการกำหนดราคาสินค้า 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการราคา 3. ใบงานการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดในการกำหนดราคาสินค้า 	5	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
14 (Online)	<p>การจัดการราคาสำหรับธุรกิจออนไลน์และจริยธรรมการกำหนดราคา</p> <p>- การจัดการราคาสำหรับธุรกิจออนไลน์</p> <p>- ข้อกำหนด กฎหมาย และจรรยาบรรณ</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถกำหนดราคาสินค้าขายออนไลน์ได้และทราบถึง กฎหมาย และจรรยาบรรณในการกำหนดราคาสินค้า</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีสอนแบบบรรยายในชั้นเรียน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams และ Zoom 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. ให้นักศึกษาเข้าเว็บ โดยนักศึกษาเลขลำดับที่ 1- 5 หาข้อมูลการกำหนดราคาสินค้าขายทางออนไลน์ พร้อมยกตัวอย่าง/อธิบาย และนักศึกษาลำดับที่ 6 - 12 หาข้อมูลข้อกำหนด กฎหมายและจรรยาบรรณในการกำหนดราคา โดยให้นำเสนอ 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อการสอน PowerPoint 2. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการราคา 3. ใบงานการศึกษาหาข้อมูลการกำหนดราคาสอนค้าขายออนไลน์ และการศึกษาข้อกำหนด กฎหมาย และจรรยาบรรณของการกำหนดราคาสินค้า 	5	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
15 (Online)	<p>การวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหา การนำเสนอผลงานของ นักศึกษาเป็นรายกลุ่ม โดยให้ นักศึกษานำเสนอผลงานกลุ่ม ในการตัดสินใจในการกำหนด ราคาของสินค้าที่นักศึกษา สมมติในสัปดาห์ที่ 1</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะ นำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน และเป็นการทำงานแบบกลุ่ม ที่นักศึกษาได้เรียนรู้การเป็น ผู้นำและผู้ตามที่ดี รวมทั้งการ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่ เกิดขึ้นได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีสอนแบบบรรยายในชั้นเรียน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ให้แต่คนนำเสนอการกำหนดราคา สินค้า ต้นทุน วัตถุประสงค์ในการ กำหนดราคา นโยบายในการกำหนด ราคา กลยุทธ์ที่ใช้ในการกำหนดราคา โดยให้นำเสนอหน้าชั้นเรียน 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย 	<p>สื่อการสอน 1. ผลงานนักศึกษา</p>	1,2,3,4,5	ผศ. นฤมล โสภารัตนกุล

หมายเหตุ : แผนการสอนในแต่ละสัปดาห์สามารถเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์

2.แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย / ความรับผิดชอบต่อตนเอง/การมีจิตสำนึกความถูกต้อง/คุณธรรมจริยธรรม	1.1.1, 1.1.2, 1.1.3	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ทั้งต่อตนเองและที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10%
2. แบบฝึกหัด/กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย (งานเดี่ยวและงานกลุ่ม)	1.1.1, 1.1.2, 1.1.3 2.1.1, 2.1.2, 2.2.4 3.1.1, 3.1.2, 4.1.1 4.1.2, 5.1.1, 5.1.3	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ทั้งในห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการทำกิจกรรมกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	50%
3. สอบปลายภาค	2.1.1, 2.1.2, 2.2.4 3.1.1, 3.1.2, 5.1.1 5.1.3	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย/อัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

นฤมล โสภารัตนกุล. (2562). *เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการราคา*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2552). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วิเชียร วงศ์ฉนิชชากุล, ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และโชติรส กมลสวัสดิ์. (2558). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

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

แนเกลิล โทมัส ที. (2551). *กลยุทธ์การตั้งราคา*. แปลโดย สุวินัย ต่อศิริสุข. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ธวัชชัย มงคลสกุลฤทธิ. (2551). *Pricing Makes Profit : กระจกกำไรที่ถูกปิดซ่อนด้วยกลยุทธ์ด้านราคา*. กรุงเทพมหานคร : ไอ เอ็ม บুক.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ไม่มี

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและนักศึกษา การอภิปรายร่วมกัน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของนักศึกษาทั้งในและนอกชั้นเรียนสำหรับการนำความรู้ไปใช้
- การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- ข้อเสนอแนะผ่านกลุ่มของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

2.1 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(1) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของหลักสูตร

(2) ประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่

มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

(3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) แบบฝึกหัด ทดสอบย่อย จัดสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (2) ประเมินผลจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- (3) ประเมินผลจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

2.3 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) สังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรมการอภิปราย และการตอบคำถาม
- (2) ตรวจสอบผลงานการศึกษาค้นคว้ารายงานที่ได้รับมอบหมาย
- (3) การสอบปฏิบัติและการสอบวัดผลความรู้ โดยการจัดทำข้อสอบเพื่อใช้วัดทักษะทางด้าน

ปัญญาของนักศึกษา โดยเน้นการแก้ปัญหา การอธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนมา

2.4 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) ประเมินจากพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การอภิปราย
- (2) ประเมินการทำงานภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง
- (3) ให้นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มในแต่ละกิจกรรม

2.5 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรมทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) สังเกตและประเมินผลการทำงานกลุ่ม
- (2) ประเมินความสามารถในการนำเสนอผลงานทั้งด้านการใช้ภาษาและการใช้สื่อเทคโนโลยี

3. การปรับปรุงการสอน

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน การจัดนิทรรศการแสดงผลงาน
- ผู้สอนบันทึกผลการวิเคราะห์สภาพการศึกษาของนักศึกษา และพิจารณาทิศทางการปรับรายบุคคล

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยผู้สอน และผู้สอนท่านอื่นที่ให้ความสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือผู้ทรงคุณวุฒิ การพิจารณาจากผลงานที่ได้นำเสนอ
- มีการแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาสำหรับการตรวจสอบผลการประเมิน ทวนสอบวิธีการ และผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยการตรวจสอบข้อสอบ รายงาน เอกสารผลงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม กิจกรรมของนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมการสอนรายวิชาทุกภาคการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- เชิญวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นส่วนร่วมในการทำพิจารณา เพื่อให้ นักศึกษามีมุมมองในเรื่องของการประยุกต์ความรู้กับปัญหาที่มาจากงานสร้างสรรค์ของผู้สอนหรือการจัดการเรียนรู้ตามประเด็นที่เกี่ยวข้องหรือสอดคล้อง