

## สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด 1	<b>ข้อมูลทั่วไป</b>	3
	1. รหัสและชื่อรายวิชา	
	2. จำนวนหน่วยกิต	
	3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา	
	4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน	
	5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน	
	6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)	
	7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)	
	8. สถานที่เรียน	
	9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด	
หมวด 2	<b>จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์</b>	4
	1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา	
	2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา	
หมวด 3	<b>ลักษณะและการดำเนินการ</b>	4
	1. คำอธิบายรายวิชา	
	2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา	
	3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล	
หมวด 4	<b>การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา</b>	5
	1. คุณธรรม จริยธรรม	5
	2. ความรู้	5
	3. ทักษะทางปัญญา	6
	4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	7
	5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	7
หมวด 5	<b>แผนการสอนและการประเมินผล</b>	9
	1. แผนการสอน	9
	2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้	11

<b>หมวด 6</b>	<b>ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน</b>	<b>11</b>
	1. เอกสารและตำราหลัก	11
	2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ	12
	3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ	12
<b>หมวด 7</b>	<b>การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา</b>	<b>13</b>
	1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา	
	2. กลยุทธ์การประเมินการสอน	
	3. การปรับปรุงการสอน	
	4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา	
	5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา	

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	หลักสูตรนิเทศศาสตร์ (นศ.บ) คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
3053402 การสร้างสรรค์งานโฆษณา
2. จำนวนหน่วยกิต  
3 (2-2-5) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
  - 3.1 หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต
  - 3.2 ประเภทของรายวิชา วิชาบังคับ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
  - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.ชนิษฐา ปาลโมกข์
  - 4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.ชนิษฐา ปาลโมกข์, ดร.วรัตน์ อิศระระ, อาจารย์ วันพุฒิ เชิญขวัญ
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
8. สถานที่เรียน  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
มิถุนายน 2551

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา

1.2 เพื่อสามารถนำแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณามาประยุกต์ในการวางแผนกลยุทธ์การสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างสรรค์ การออกแบบและผลิตงานโฆษณา

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เป็นรายวิชาเปิดใหม่ เน้นศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์การสร้างสรรค์ การออกแบบและผลิตงานโฆษณามาประยุกต์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ทันสมัย

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายของการสร้างสรรค์ ขั้นตอนการคิด การวางแผนกลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา การกำหนดแนวคิดสร้างสรรค์ หลักการออกแบบ ทฤษฎีสี กระบวนการสร้างสรรค์และออกแบบงานโฆษณา ขั้นตอนการผลิตงานโฆษณาและสื่อผสม ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์และผลิตงานโฆษณา

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การ ฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
30 ชั่วโมง	ไม่มี	30 ชั่วโมง	75 ชั่วโมง

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

30 นาที/สัปดาห์

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- มีวินัย ตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบในการศึกษา (1.1)
- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (1.2)
- มีจริยบรรณทางวิชาการและวิชาชีพในการสร้างสรรค์งานโฆษณา (1.3)

#### 1.2 วิธีการสอน

- เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย แสดงความคิดเห็น  
ในประเด็นเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมในการสร้างสรรค์งานโฆษณา
- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาการสร้างสรรค์งานโฆษณาและตัวอย่างผลงานโฆษณาที่แสดงถึงความ  
รับผิดชอบต่อสังคมและตัวอย่างที่ขาดความรับผิดชอบต่อผู้อื่นและสังคม
- อาจารย์ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพและวิชาการ การมีวินัย  
เรื่องเวลา การเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา เป็นต้น

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์ การอภิปราย และพฤติกรรมที่แสดงออก  
ในชั้นเรียนและในโอกาสต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ
- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งผลงาน
- ประเมินจากกระบวนการและผลสัมฤทธิ์ของการทำงานเดี่ยวและงานกลุ่มตามที่ได้รับมอบหมาย

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- ความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา การ  
กำหนดแนวคิดสร้างสรรค์ หลักการออกแบบ ทฤษฎีสี กระบวนการสร้างสรรค์และออกแบบงานโฆษณา  
ทางสื่อประเภทต่างๆ (2.1)
- สามารถกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา รวมทั้งประยุกต์กระบวนการสร้างสรรค์และ  
ออกแบบงานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆใช้ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ (2.2)

#### 2.2 วิธีการสอน

- เน้นการเรียนการสอนแบบร่วมมือ (cooperative learning groups) โดยการแบ่งนัก  
นักศึกษาออกเป็นกลุ่ม เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีความ

รับผิดชอบร่วมกันทั้งในส่วนตนและส่วนรวม เพื่อให้กลุ่มได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยเน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง เป็นต้น

- เน้นการเรียนการสอนแบบลงมือปฏิบัติโดยมีอาจารย์เป็นผู้คอยแนะนำให้คำปรึกษา มีการเพิ่มกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่น กิจกรรมที่ส่งเสริมกระบวนการคิด (Thinking) นักศึกษาได้ฝึกวิธีคิดในหลายลักษณะ กิจกรรมที่ผู้เรียนได้ค้นพบสาระสำคัญหรือองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง (Construct) อันเกิดจากการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง และกิจกรรมที่นักศึกษาได้พัฒนาคุณลักษณะนิสัยที่ดีงาม (Good Habit) เช่น ความรับผิดชอบ ความขยัน ความมีระเบียบวินัย ความ และ ลักษณะนิสัยในการทำงานอย่างเป็นกระบวนการการทำงานร่วมกับผู้อื่น การยอมรับผู้อื่น

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- การสอบปลายภาค
- การวิเคราะห์กรณีศึกษา
- การทำรายงานกลุ่ม
- การทำรายงานกลุ่ม

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถคิดวิเคราะห์ วิพากษ์ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างงานโฆษณา (3.1)
- สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา ในการประยุกต์สร้างสรรค์งานโฆษณา ทางสื่อประเภทต่างๆ ได้ (3.4)

### 3.2 วิธีการสอน

- การอภิปรายกลุ่มย่อย (Small - Group Discussion) โดยให้นักศึกษารับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของตนเองในฐานะผู้นำกลุ่มหรือสมาชิกกลุ่มทั้งในบทบาทการทำงานและบทบาทเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม ในการสร้างข้อความรู้หรือผลงานกลุ่ม
  - กรณีศึกษา (Case Studies) โดยให้นักศึกษา ได้ฝึกคิดวิเคราะห์อภิปรายเพื่อสร้างความเข้าใจ
- เทคนิคการระดมพลังสมอง (Brainstorming)
- การฝึกปฏิบัติการ โดยให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการและองค์กร

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
- ชิ้นงาน ผลงานกลุ่ม
- ชิ้นงาน ผลงานเดี่ยว

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสาร ประสานงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4.1)
- สามารถแสดงบทบาทของผู้นำ หรือบทบาทของผู้ร่วมทีมในการทำงานเพื่อหาข้อสรุปเชิงวิเคราะห์ และการสร้างสรรค์ (4.3)
- มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม (4.4)

### 4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานกลุ่ม เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีโอกาสสื่อสาร ประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่น
- Group Discussion แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ อภิปรายต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างผลงานโฆษณา ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติสร้างสรรค์งานโฆษณา

### 4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และความตรงต่อเวลา
- ประเมินจากรายงานกลุ่มและการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- ประเมินจากคุณภาพและความสมบูรณ์งานกลุ่มที่มอบหมาย

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยวัจนะและอวัจนะภาษา และ เลือกใช้รูปแบบของสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับอาจารย์และเพื่อร่วมชั้นเรียน (5.1)
- สามารถเลือกใช้เทคโนโลยี และสื่อสมัยใหม่ในสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ อย่างเหมาะสม (5.2)

## 5.2 วิธีการสอน

- การวิเคราะห์กรณีศึกษา/ตัวอย่างงานโฆษณา โดยใช้สารสนเทศเป็นข้อมูล
- การมอบหมายงานที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูล และใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา
- การมอบหมายงานที่ต้องนำเสนอทั้งในรูปแบบเอกสารและด้วยวาจา ประกอบการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

## 5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษา/ตัวอย่างงานโฆษณา
- ประเมินจากผลงานที่สืบค้นและใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา
- ประเมินจากผลงานกลุ่มที่นำเสนอด้วยการพิมพ์เป็นเอกสารรายงาน การใช้สื่อและการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์หน้าชั้นเรียน



## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1-2	แนะนำเนื้อหาทฤษฎีวิชาการ เรียน การสอน และเกณฑ์ การประเมิน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ บริษัทตัวแทนโฆษณาและ การสร้างสรรค์งาน โฆษณา แนวคิด หลักการการ สร้างสรรค์งานโฆษณา และกระบวนการ สร้างสรรค์งานโฆษณา	8	- อธิบายเนื้อหาทฤษฎี วัตถุประสงค์ เกณฑ์การ วัดผล การประเมินผล และ แนะนำหนังสือ - บรรยาย ยกตัวอย่าง - แสดงความคิดเห็นและ ร่วมอภิปราย	[คลีกพิมพ์]
3-4	การวางแผนกลยุทธ์การ สร้างสรรค์ การกำหนดแนวคิด สร้างสรรค์	8	- บรรยายสรุปเนื้อหา - ยกตัวอย่าง - แสดงความคิดเห็นและ ร่วมอภิปราย - เน้นการเรียนรู้การสอนแบบ ร่วมมือ - อาจารย์มอบหมายงาน เดี่ยวและให้ข้อมูลย้อนกลับ	[คลีกพิมพ์]
5-6	หลักการออกแบบ ทฤษฎี สี เทคนิคการคิดงาน โฆษณาและรูปแบบการ นำเสนอ	8	- บรรยายสรุปเนื้อหา - กรณีศึกษาและตัวอย่าง - เทคนิคการระดมพลัง สมอง (Brainstorming) เน้นการเรียนรู้การสอนแบบ ลงมือปฏิบัติ	[คลีกพิมพ์]

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
7-8	การออกแบบงานโฆษณา	8	- บรรยายสรุปเนื้อหา และ อภิปรายกลุ่มย่อย - กรณีศึกษาและตัวอย่าง - เทคนิคการระดมพลังสมอง (Brainstorming) เน้นการเรียนการสอนแบบลงมือปฏิบัติ (ออกแบบงานโฆษณา)	
9-10	ขั้นตอนการผลิตงานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ และสื่อผสม	8	- บรรยายสรุปเนื้อหา และ อภิปรายกลุ่มย่อย - กรณีศึกษาและตัวอย่าง เน้นการเรียนการสอนแบบลงมือปฏิบัติ	[คลิกพิมพ์]
11-15	ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์และผลิตงานโฆษณา	20	- เน้นการเรียนการสอนแบบลงมือปฏิบัติ - มอบหมายงานเดี่ยว-กลุ่ม และนำเสนอผลงาน	[คลิกพิมพ์]
16	สอบปลายภาค			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.1, 1.2,1.3,	การมีส่วนร่วมในการอภิปราย แสดงความคิดเห็น และวินัยใน การเรียนรู้ ความรับผิดชอบ	1-15	10%
2	2.1, 2.3, 3.1	รายงานเดี่ยวการวิเคราะห์ แนวคิดสร้างสรรค์และ วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และองค์การ	3-4	10%
3	2.2, 3.1, 3.4, 5.1, 5.2	ออกแบบและผลิตงานโฆษณา เบื้องต้น ทางสื่อประเภทต่างๆ	7-10	20%
4	2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.4, 4.1, 4.3, 4.4, 5.1, 5.2	- ปฏิบัติการสร้างสร้งงาน โฆษณาเดี่ยว-กลุ่มและ นำเสนอผลงาน	11-15	30% (เดี่ยว 10%, กลุ่ม 20%)
5		สอบปลายภาค	16	30%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

## 1. เอกสารและตำราหลัก

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสร้งงานโฆษณา. (หน่วย  
ที่ 1-7) พิมพ์ครั้งที่ 3.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสร้งงานโฆษณา. (หน่วย  
ที่ 8-15) พิมพ์ครั้งที่ 3.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

## 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

นิตยสาร :

นิตยสาร Marketeer

นิตยสาร BrandAge

เว็บไซต์ :

[www.kosanathai.com](http://www.kosanathai.com)

<http://www.hongkiat.com/blog/28-nice-and-creative-tech-advertisements/>

<http://www.hongkiat.com/blog/60-creative-and-clever-advertisements/>

<http://www.hongkiat.com/blog/40-cool-and-creative-pepsi-advertisements/>

Article Base KCNBRAND.COM Thailand Articles Center

<http://article.kcnbrand.com/thinking/creative-thinking-thinking/7711>

## 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดการรณรงค์และผลิตงานโฆษณา.

(หน่วยที่ 1-7) พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดการรณรงค์และผลิตงานโฆษณา.

(หน่วยที่ 8-15) พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน โดยนักศึกษาและ การสังเกตการณ์ของกรรมการบริหารหลักสูตรที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ประเมิน

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาคการศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยมีนโยบายให้อาจารย์ผู้สอนทำการวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนและแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในชั้นเรียน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

หลักสูตรแต่งตั้งอาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชาในการจัดทำข้อสอบในรายวิชาที่มีอาจารย์ผู้สอนหลายท่านเพื่อพิจารณาความเหมาะสมข้อสอบข้อเขียนทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

หลักสูตรมีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำสรุปผลและนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อคณะเพื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป