

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา
3541101 วิชาหลักการตลาด
- จำนวนหน่วยกิต
3(3-0) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
หลักสูตรการบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ แขนงวิชาการตลาด
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ภูงค์ เมนะสินธุ์
อาจารย์ผู้สอน อาจารย์อินทิรา จันทร์ฐ์
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 1
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
- สถานที่เรียน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
31 พฤษภาคม 2553

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาทางการตลาด
2. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
3. เพื่อให้ นักศึกษานำเอาความรู้และหลักทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับ

ชีวิตประจำวัน

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใจและสามารถอธิบายถึงแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดได้
2. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
3. เพื่อให้ นักศึกษาทราบถึงกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ที่สำคัญในการปรับตัวให้เข้ากับ

สภาพแวดล้อมทางการตลาดต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จตามยุคสมัย

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาถึงความหมายและความสำคัญของการตลาด ในฐานะเป็นกิจกรรมหลักทางธุรกิจอย่างหนึ่ง โดยกล่าวถึงแนวทางการศึกษา แนวความคิดหรือปรัชญาทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ระบบการตลาดและเป้าหมาย แรงจูงใจ พฤติกรรมผู้บริโภค ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและประเภทของตลาด

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	ไม่มี	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

จำนวนเวลาให้คำปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่สอน 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบ มีวินัย มีความซื่อสัตย์ในด้านการตลาด โดยมีคุณธรรม จริยธรรมตามคุณสมบัติ ดังนี้

1.1.1 ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต

1.1.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

1.1.3 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ

1.1.4 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

1.1.5 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 วิธีสอนแบบบรรยาย เริ่มจากการนำเข้าสู่บทเรียนด้วยสื่อหรือเสนอปัญหาและตั้งคำถาม นำเพื่อนำเข้าสู่การบรรยายของเนื้อหาในแต่ละบท

1.2.2 วิธีสอนแบบเน้นการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยมอบหมายให้ผู้เรียนได้อ่านบทเรียนมาก่อนล่วงหน้า เพื่อให้ผู้เรียน เรียนรู้ข้อมูลส่วนหนึ่งด้วยตนเองและมีความสามารถในการตอบคำถามและแสดงความคิดเห็นขณะเรียนและสามารถสรุปเนื้อหา จัดเป็นความคิดรวบยอดได้หลังจากการเรียน

1.2.3 วิธีสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ ให้ผู้เรียนค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อประกอบกับเนื้อหาที่เรียนให้เกิดการเรียนรู้ที่กว้างขวางมากขึ้น โดยใช้แหล่งข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ห้องสมุด ตลอดจนสถานประกอบการ

1.2.4 วิธีสอนแบบอภิปราย จากการตั้งคำถามจากการสอนเนื้อหาของผู้สอนและการนำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าเพิ่มเติมของผู้เรียนจะกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่กว้างขวางมากขึ้น

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 สังเกตจากการตอบคำถามและการยกตัวอย่างในชั้นเรียน

1.3.2 สังเกตจากการมีส่วนร่วมในการอภิปราย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันในชั้นเรียน

1.3.3 สังเกตจากการนำความรู้ที่เรียนไปใช้ในการตอบคำถามทบทวนท้ายบทเรียนและกิจกรรมใบงาน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้ในด้านการตลาด ในฐานะเป็นกิจกรรมหลักทางธุรกิจ แนวความคิดหรือปรัชญาทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ระบบการตลาดและเป้าหมาย แรงจูงใจ พฤติกรรมผู้บริโภค ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและประเภทของตลาด

2.2 วิธีการสอน

บรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าหาบทความ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสรุปและนำเสนอการศึกษาโดยใช้กรณีศึกษา

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 สอบกลางภาค สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี

2.3.2 วิเคราะห์กรณีศึกษา

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีการคิดอย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์ เพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำการตลาด

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 การมอบหมายให้นักศึกษาทำงานกลุ่ม และนำเสนอผลงาน

3.2.2 อภิปรายกลุ่ม

3.2.3 วิเคราะห์กรณีศึกษา ในการแก้ปัญหาโดยการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด

3.3 วิธีการประเมินผล

สอบกลางภาคและปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1 พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน

4.1.2 พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม

4.1.3 พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตาม

กำหนดเวลา

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา

4.2.2 มอบหมายงานรายกลุ่ม และรายบุคคล

4.2.3 การนำเสนอรายงาน

4.3 วิธีการประเมินผล

- 4.3.1 ประเมินตนเอง และเพื่อน ด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด
- 4.3.2 รายงานที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม
- 4.3.3 รายงานการศึกษาด้วยตนเอง

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน
- 5.1.2 พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา
- 5.1.3 พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- 5.1.4 ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล
- 5.1.5 ทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- 5.1.6 ทักษะการคิดคำนวณ เชิงตัวเลข

5.2 วิธีการสอน

- 5.2.1 มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน e-learning และทำรายงาน
- 5.2.2 นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

- 5.3.1 การจัดทำรายงาน และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี
- 5.3.2 การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปราย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	แนะนำบทเรียนและเป็น การสอบถามความรู้ พื้นฐานทางด้านการตลาด	3 ชั่วโมง	1.อาจารย์ผู้สอนแนะนำตัว และอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์และเป้าหมาย ของรายวิชาเกณฑ์การ วัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือ แหล่งการ เรียนรู้ และwebsite เพิ่มเติม 2. ถามตอบความรู้พื้นฐาน ทางด้านการตลาด และร่วม แสดงความคิดเห็น	อาจารย์ภูษงค์ เมนะสินธุ์
2	ความเข้าใจเกี่ยวกับ การตลาด - องค์ประกอบของการตลาด - หน้าที่ทางการตลาด - ส่วนประสมทางการตลาด	3 ชั่วโมง	1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้ 2. สื่อการสอนPower point 3. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด	อาจารย์ภูษงค์ เมนะสินธุ์
3	สภาพแวดล้อมทาง การตลาด - สภาพแวดล้อมทางจุลภาค - สภาพแวดล้อมทางมหภาค	3 ชั่วโมง	1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ กรณีศึกษาสภาพแวดล้อม ทางการตลาด	อาจารย์ภูษงค์ เมนะสินธุ์

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
			3. สื่อการสอนPower point 4. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด	
4	กระบวนการทางการตลาด - กระบวนการทางการตลาด - กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน - การวิเคราะห์การตลาด - การควบคุมทางการตลาด	3 ชั่วโมง	1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. สื่อการสอนPower point 3. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด	อาจารย์ภูซงค์ เมนะสินธุ์
5	การตลาดเป้าหมาย - การแบ่งส่วนตลาด - การเลือกตลาดเป้าหมาย - การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	3 ชั่วโมง	1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ STP จากกรณีศึกษาที่ให้ 3. สื่อการสอนPower point 4. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด	อาจารย์ภูซงค์ เมนะสินธุ์
6	พฤติกรรมผู้บริโภค - การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	3 ชั่วโมง	1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ 6 W 1 H ของสินค้าในธุรกิจ 3. สื่อการสอนPower point 4. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด	อาจารย์ภูซงค์ เมนะสินธุ์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
7	ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยตลาด - ข้อมูลสารสนเทศทางการตลาด - การวิจัยตลาด	3 ชั่วโมง	1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้ 2. สื่อการสอนPower point 3. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด	อาจารย์ภูงศ์ เมนะสินธุ์
8	สอบกลางภาค	3 ชั่วโมง		อาจารย์ภูงศ์ เมนะสินธุ์
9-10	ผลิตภัณฑ์ - องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ - ประเภทผลิตภัณฑ์ - ตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ - วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - การออกแบบผลิตภัณฑ์ - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	6 ชั่วโมง	1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้ 2. สื่อการสอนPower point 3. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด	อาจารย์ภูงศ์ เมนะสินธุ์
11	ราคา - บทบาทของราคา - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ กำหนดราคา - วัตถุประสงค์การกำหนด ราคา - วิธีการกำหนดราคา - นโยบายราคาและกลยุทธ์ ราคา	3 ชั่วโมง	1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาคำนวณการ กำหนดราคาโดยวิธีต่างๆ 3. สื่อการสอนPower point 4. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด	อาจารย์ภูงศ์ เมนะสินธุ์
12	การจัดจำหน่าย - หน้าที่ / ประโยชน์ / ระดับ ของช่องทางการตลาด	3 ชั่วโมง	1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้	

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า - ประเภทของการค้าปลีก การค้าส่ง - การสนับสนุนการกระจายสินค้า 		<ol style="list-style-type: none"> 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย 3. สื่อการสอนPower point 4. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 	อาจารย์ภูงค์ เมนะสินธุ์
13	การสื่อสารทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการติดต่อสื่อสาร - จุดประสงค์ของการติดต่อสื่อสาร - การส่งเสริมการตลาด - การเปรียบเทียบเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด 	3 ชั่วโมง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. กรณีศึกษาเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) 3. สื่อการสอนPower point 4. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 	อาจารย์ภูงค์ เมนะสินธุ์
14	การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - ประเภทของสื่อโฆษณา - การส่งเสริมการขาย - ประเภทของการส่งเสริมการขาย - การประชาสัมพันธ์ 	3 ชั่วโมง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. สื่อการสอนPower point 3. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 	อาจารย์ภูงค์ เมนะสินธุ์
15	การตลาดทางตรงและการขายโดยใช้บุคคล <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของการตลาดทางตรง - การขายโดยใช้บุคคล - เทคนิคและกระบวนการขาย - จรรยาบรรณ 	3 ชั่วโมง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้นักศึกษา ศึกษา เนื้อหาและร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. กรณีศึกษาเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) 	อาจารย์ภูงค์ เมนะสินธุ์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
			3. สื่อการสอนPower point 4. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด	
16	สอบปลายภาค	3 ชั่วโมง		อาจารย์ภูงศ์ เมนะสินธุ์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการ เรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	1.1.1, 1.1.2, 1.1.5, 2.1, 3.1, 5.1.2	สอบกลางภาค สอบปลายภาค	8 16	20% 40%
2	1.1.1, 1.1.2, 1.1.3, 1.1.4, 1.1.5, 2.1, 3.1, 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 5.1.1, 5.1.2, 5.1.3, 5.1.4	พฤติกรรมด้านการเรียน ความตั้งใจ ความร่วมมือ ในกิจกรรมที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	10%
3	1.1.1, 1.1.2, 1.1.3, 1.1.4, 1.1.5, 2.1 , 3.1, 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 5.1.1, 5.1.2, 5.1.3, 5.1.4, 5.1.5	การค้นคว้ารายงานและ การนำเสนอ	ตลอดภาค การศึกษา	20%
4	1.1.1, 1.1.2, 1.1.5, 2.1, 3.1, 4.1.3, 5.1.2	แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	ตลอดภาค การศึกษา	10%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

วารุณี ดันติวงศ์วานิชและคณะ. (2543) **หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 **หลักการตลาด**. ภาควิชาการตลาด โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต , 2547.

2.2 ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

2.3 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

<http://www.marketeer.co.th/>

<http://www.brandage.com>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- 1.1 การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- 1.2 การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- 1.3 แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- 2.1 การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน
- 2.2 ผลการสอบ
- 2.3 การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- 3.1 สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- 3.2 การวิจัยในและนอกชั้นเรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

4.1 การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

4.2 มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

5.1 ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

5.2 เปลี่ยนหรือสลับอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้นี้กับปัญหาที่มาจากงานวิจัยของอาจารย์หรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ