

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต  
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ หลักสูตรภาษาอังกฤษธุรกิจ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

1552625 ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด 1

English for Marketing 1

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

ภาษาอังกฤษธุรกิจ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

ดร. วิชาสินี พลอยเลื่อมแสง ประธานหลักสูตร

อาจารย์ขจีณัฐ เขาวนปรีชา อาจารย์ผู้สอน

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

กันยายน 2550

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้พื้นฐานด้านการตลาด โดยเฉพาะคำศัพท์เฉพาะด้านการตลาด แนวคิดด้านการตลาด กระบวนการทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด รวมถึงกลยุทธ์ต่างๆ เกี่ยวกับการตลาด นอกจากนี้ นักศึกษายังได้ฝึกฝนทักษะทางด้านภาษาอังกฤษทั้งสี่ (ฟัง พูด อ่าน เขียน) ผ่านกิจกรรมกลุ่มเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลด้านการตลาด จากบริบทจริงได้

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้พื้นฐานทางด้านการตลาดมากยิ่งขึ้น เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจในด้านการตลาดไปประยุกต์ใช้ในการเรียนรายวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ควรมีการเปลี่ยนแปลงกรณีศึกษา (case study) หรือบริบทให้ทันสมัยและเกี่ยวข้องกับการตลาดในปัจจุบันมากขึ้น

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความรู้เบื้องต้นด้านการตลาดและและคำศัพท์เฉพาะด้านการตลาด ได้แก่ คำจำกัดความ ความคิดรวบยอด และกระบวนการทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาด ฝึกการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ส่งเสริมทักษะการสื่อสาร

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

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

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์หลักสูตร และประกาศในห้องเรียนในชั่วโมงแรกของรายวิชา โดยอาจารย์ประจำรายวิชาสามารถให้คำปรึกษาผ่านทางอีเมลหรือทางโทรศัพท์

- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนานักศึกษาให้มีความรับผิดชอบ เป็นผู้มีความรับผิดชอบ จรรยาบรรณ จริยธรรม ที่ดีดังนี้

- มีวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- ซื่อสัตย์ สุจริต
- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
- เคารพในสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

#### 1.2 วิธีการสอน

- ร่วมกันกำหนดกฎระเบียบของห้องเรียน และฝึกฝนให้นักศึกษาต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของห้องเรียน
- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นจริยธรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง เช่น การขายของให้กับลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์ที่สุจริต ไม่หลอกลวง
- อภิปรายกลุ่ม

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- สังเกตพฤติกรรมในการเข้าเรียน การตรงต่อเวลา การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม
- สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในเรื่องการเคารพกฎระเบียบของห้องเรียน
- ส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา มีความรับผิดชอบ ส่งตามกำหนด ทำด้วยตนเองไม่ลอกผู้อื่น

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้ในภาษาอังกฤษทางด้านพื้นฐานการตลาด รู้จักคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในวงการการตลาด มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของการตลาด ความคิดรวบยอด และกระบวนการทางการตลาด ส่วนผสมการตลาดทั้งสี่ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมถึงกลยุทธ์การตลาด

### 2.2 วิธีการสอน

- บรรยาย ชักถาม
- อภิปรายกลุ่ม และกิจกรรมในห้องเรียน
- ทำแบบฝึก
- ทำโครงการ
- การทำงานกลุ่ม และการนำเสนอรายงาน

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- ตรวจแบบฝึกหัด
- สอบกลางภาค สอบปลายภาค
- ประเมินการนำเสนอรายงานผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าต่อตัวสินค้า และประเมินผลโครงการ

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

พัฒนาความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สามารถคิดวิเคราะห์ห้อย่างมีระบบ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาอันเกิดจากการสำรวจตลาด (Market survey) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับความต้องการในตัวสินค้า จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปออกแบบตัวสินค้าของกลุ่ม โดยสามารถใช้วิจารณ์ญาณ และการตัดสินใจปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

### 3.2 วิธีการสอน

- มอบหมายให้ทำโครงการการเก็บข้อมูลทางการตลาด และนำเสนอผล
- อภิปรายกลุ่ม
- การสะท้อนแนวคิดจากการปฏิบัติจริง

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- ตรวจสอบการทำโครงการการเก็บข้อมูลทางการตลาด และการนำเสนอผลการสำรวจ
- สอบกลางภาค สอบปลายภาค

#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

##### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน
- พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานเป็นทีม
- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านโครงงาน และมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลา

##### 4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายให้ทำงานเป็นรายบุคคลและงานกลุ่ม เช่น การทำแบบฝึก การทำโครงงานการเก็บข้อมูลทางการตลาด
- การนำเสนอรายงาน

##### 4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินตนเองและเพื่อน ด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด
- ประเมินจากโครงงานการเก็บข้อมูลทางการตลาด และรายงานการนำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- ทักษะการคิดคำนวณ เชิงตัวเลขในเรื่องของร้อยละ
- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน โดยการทำรายงานทางด้านการตลาด และการนำเสนอในชั้นเรียน
- พัฒนาทักษะในการใช้เครื่องมือ เทคโนโลยี เพื่อสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ
- พัฒนาทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

##### 5.2 วิธีการสอน

- มอบหมายให้ทำงานกลุ่ม โดยต้องมีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จากเว็บไซต์
- การนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- การคำนวณราคาสินค้า

##### 5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการจัดทำรายงาน และการนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี
- การมีส่วนร่วมในการทำโครงงานการเก็บข้อมูลทางการตลาด
- คำนวณราคาได้ถูกต้อง

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	ชี้แจงคำอธิบายรายวิชา จุดมุ่งหมาย แนวการสอน ข้อกำหนดต่าง ๆ รวมทั้ง กระบวนการวัดผลประเมินผล	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บรรยาย</li> <li>▪ ชักถาม/ เอกสารแนว การสอน</li> </ul>	อ. ขจีณัฐ เชาวนปรีชา
2	Unit 1 Marketing Definition <ul style="list-style-type: none"> <li>● Defining marketing</li> <li>● Basic Marketing</li> <li>● Marketing exchange relationships</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บรรยาย</li> <li>▪ อภิปราย ชักถาม/ เอกสารประกอบการ สอนภาษาอังกฤษ สำหรับการตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีณัฐ เชาวนปรีชา
3	Unit 2 Consumer Behavior <ul style="list-style-type: none"> <li>● Defining consumer behavior</li> <li>● Modal of consumer behavior</li> <li>● Characteristics affecting consumer behavior</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บรรยาย/ยกตัวอย่าง</li> <li>▪ อภิปรายกลุ่มจาก ตัวอย่างสินค้าจริง</li> <li>▪ ชักถาม</li> <li>▪ ทำแบบฝึกหัด/ เอกสารประกอบการ สอนภาษาอังกฤษ สำหรับการตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีณัฐ เชาวนปรีชา
4	Unit 3 Marketing mix and Marketing concept <ul style="list-style-type: none"> <li>● Identifying marketing mix or 4 Ps</li> <li>● Elements of marketing mix and Eight Ps</li> </ul>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บรรยาย/แลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็น</li> <li>▪ ชักถาม</li> <li>▪ ทำแบบฝึกหัด/ เอกสารประกอบการ สอนภาษาอังกฤษ สำหรับการตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีณัฐ เชาวนปรีชา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
5	Unit 3 Marketing mix and Marketing concept (continue) <ul style="list-style-type: none"> <li>● Marketing concept</li> <li>● Marketing process</li> <li>● Centrality of Marketing</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ บรรยาย</li> <li>■ แสดงความคิดเห็น</li> <li>■ ชักถาม</li> <li>■ ทำแบบฝึกหัด/ เอกสารประกอบการสอนภาษาอังกฤษ สำหรับการตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีนุช เชาวน์ปรีชา
6	Unit 4 Product Concept <ul style="list-style-type: none"> <li>● Identifying product concept</li> <li>● Product core</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ บรรยาย</li> <li>■ แสดงความคิดเห็น</li> <li>■ ชักถาม</li> <li>■ ทำแบบฝึกหัด/ เอกสารประกอบการสอนภาษาอังกฤษ สำหรับการตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีนุช เชาวน์ปรีชา
7	Unit 4 Product Concept (Continue) <ul style="list-style-type: none"> <li>● Product classification</li> <li>● Branding</li> <li>● Packaging</li> <li>● Labeling</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ บรรยาย</li> <li>■ แสดงความคิดเห็น</li> <li>■ ชักถาม</li> <li>■ ทำแบบฝึกหัด/ เอกสารประกอบการสอนภาษาอังกฤษ สำหรับการตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีนุช เชาวน์ปรีชา
8	สอบกลางภาค	1.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ข้อสอบ</li> </ul>	อ. ขจีนุช เชาวน์ปรีชา
9	Unit 5 Price Concept <ul style="list-style-type: none"> <li>● Identifying price concept</li> <li>● Price strategies</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ อธิบาย</li> <li>■ ทำแบบฝึกหัด</li> <li>■ งานกลุ่ม/ เอกสารประกอบการสอนภาษาอังกฤษ สำหรับการตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีนุช เชาวน์ปรีชา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
10	Unit 5 Price Concept (continue) <ul style="list-style-type: none"> <li>● Discussing how to set up the price</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ บรรยาย</li> <li>■ แสดงความคิดเห็น</li> <li>■ ซักถาม</li> <li>■ ทำแบบฝึกหัด/ เอกสารประกอบการ สอนภาษาอังกฤษ สำหรับการตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีนุช เขาวนปรีชา
11	Unit 6 Place Concept <ul style="list-style-type: none"> <li>● Channels of distribution</li> <li>● Physical distribution</li> <li>● Consumer distribution channel</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ บรรยาย</li> <li>■ แสดงความคิดเห็น</li> <li>■ ซักถาม</li> <li>■ งานกลุ่ม/ เอกสาร ประกอบการสอน ภาษาอังกฤษสำหรับ การตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีนุช เขาวนปรีชา
12	Unit 7 Promotion Concept <ul style="list-style-type: none"> <li>● Describing promotional strategies</li> <li>● Ways of advertising</li> <li>● Promotion mix</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ บรรยาย</li> <li>■ แสดงความคิดเห็น</li> <li>■ ทำแบบฝึกหัด</li> <li>■ งานกลุ่ม/ เอกสาร ประกอบการสอน ภาษาอังกฤษสำหรับ การตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีนุช เขาวนปรีชา
13	Unit 7 Promotion Concept (continue) <ul style="list-style-type: none"> <li>● Defining direct marketing</li> <li>● Radio commercials</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ บรรยาย</li> <li>■ แสดงความคิดเห็น</li> <li>■ ซักถาม</li> <li>■ งานกลุ่ม/ เอกสาร ประกอบการสอน ภาษาอังกฤษสำหรับ การตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีนุช เขาวนปรีชา



สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
14	Unit 8 Marketing Strategy <ul style="list-style-type: none"> <li>Defining marketing strategies</li> <li>STP analysis</li> <li>SWOT analysis</li> <li>Breakeven point (BEP)</li> <li>Product-market strategy</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>บรรยาย</li> <li>แสดงความคิดเห็น</li> <li>ซักถาม</li> <li>งานกลุ่ม/ เอกสารประกอบการสอนภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด 1</li> </ul>	อ. ขจีณัฐ เชาวน์ปรีชา
15	<ul style="list-style-type: none"> <li>นำเสนองาน</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลการสำรวจทางการตลาดเรื่องตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของนักศึกษา</li> <li>แสดงความคิดเห็น</li> <li>ซักถาม</li> </ul>	อ. ขจีณัฐ เชาวน์ปรีชา
16	สอบปลายภาค		สอบปลายภาค	

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.2, 1.5	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน อภิปราย และเสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	20%
2	1.2 – 1.5, 2.1-2.5, 3.2 – 3.5, 4.1 – 4.4, 5.1, 5.3 – 5.4	การทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย <ul style="list-style-type: none"> <li>Conducting market survey</li> </ul>	ตลอดภาคการศึกษา	30%

		<ul style="list-style-type: none"> <li>● Presenting the results</li> <li>● Writing the report</li> </ul>		
3	1.2,1.4, 2.1-2.2, 3.1 – 3.2, 4.3 – 4.4	สอบกลางภาค	8	20%
4	1.2,1.4, 2.1-2.2, 3.1 – 3.2, 4.3 – 4.4	สอบปลายภาค	16	30%

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

ขจิญชु เซาวนปริชา, 2556. เอกสารประกอบการสอนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด 1. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ไม่มี

#### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด การวิจัยด้านการตลาด การทำแผนการตลาด และอิเล็กทรอนิกส์

### หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

#### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนาระหว่างนักศึกษาและผู้สอน (เป็นทางการและไม่เป็นทางการ)
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา (ผ่านระบบบริหารการการศึกษา)

#### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- สังเกตการณ์การมีส่วนร่วมในการเรียนของนักศึกษา
- ผลการเรียนของนักศึกษา(จากการทำแบบฝึกหัด)
- ผลการสอบ

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอนดังนี้

- ประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เรียนและอาจารย์ผู้สอน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในรายวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการสอบกลางภาค และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- ใช้การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ท่านอื่นที่อยู่ภายในหรือภายนอกหลักสูตร

- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีและเกณฑ์การให้คะแนนสอบ

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 5 ปี หรือตามข้อเสนอแนะ และผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- เปลี่ยนหรือสลับผู้สอนเพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และมีมุมมองในการประยุกต์ความรู้จากผู้สอนที่หลากหลาย