



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2/2560

รหัสวิชา 3642202 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการราคา
(ภาษาอังกฤษ) Pricing Management

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว

คำนำ

มคอ.3 รายวิชาการจัดการราคา (Pricing management) รหัสวิชา 3642202 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการจัดการราคา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการราคา วัตถุประสงค์การกำหนดราคา นโยบายการกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา การใช้ราคาเป็นเครื่องมือสำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ นักศึกษา ได้มีความรู้ความเข้าใจในด้านราคาซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาด

รายละเอียดวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียนสาขาการตลาด ที่เน้นการเรียนการสอนทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าพัฒนาด้วยตนเอง ตามรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning เพื่อส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยเทคนิคหรือกิจกรรมการค้นคว้า การใช้เทคโนโลยีด้วยตนเองหรือทำงานเป็นที่อย่างสร้างสรรค์ โดยผู้สอนมีบทบาทอำนวยความสะดวกและจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเองและปฏิบัติจริง เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ และดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน

ปราโมทย์ ยอดแก้ว

22 พฤศจิกายน 2560

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	18
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	19

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
รหัสวิชา 3642201 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการราคา
(ภาษาอังกฤษ) Pricing Management
2. จำนวนหน่วยกิต
3 (3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด
3.2 ประเภทรายวิชาเฉพาะด้าน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว ตอนเรียน A1
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2560 / ชั้นปีที่ 2
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
9.1 วันที่จัดทำ 6 มกราคม 2560
9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด 22 พฤศจิกายน 2560

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา
 1. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวความคิดการจัดการราคา
 2. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การกำหนดราคา และนโยบายการกำหนดราคา

3. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา และวิธีการกำหนดราคา
4. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงราคา และการใช้ราคาเป็นเครื่องมือสำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด
5. เพื่อให้ นักศึกษามีแนวทางในการตัดสินใจภายใต้การใช้ข้อมูล (Information) ที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ แนวความคิดการจัดการราคาในแต่ละกลุ่มสินค้าและบริการ
2. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถกำหนดราคาตามวัตถุประสงค์ นโยบายการกำหนดราคา
3. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา และวิธีการกำหนดราคากับผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม
4. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงราคา และตัดสินใจใช้ราคาเป็นเครื่องมือสำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด การแข่งขัน
5. เพื่อให้ นักศึกษามีแนวทางความรู้ความเข้าใจกำหนดราคา ภายใต้ข้อมูล (Information) ที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดการจัดการราคา วัตถุประสงค์การกำหนดราคา นโยบายการกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา การใช้ราคาเป็นเครื่องมือสำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด

Concepts in pricing management pricing objective pricing policies factors that influence in pricing method of pricing, pricing change using the price as an instrument for marketing strategy

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความ	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานและงานภาคสนามแต่มีการฝึกปฏิบัติในชั้นเรียนและกิจกรรมนอกนอกชั้นเรียน	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

	เข้าใจให้มีความชัดเจน ยิ่งขึ้น		
--	-----------------------------------	--	--

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล
ผู้สอนประจำวิชามีการจัดเวลาให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาที่ต้องการคำแนะนำเป็นรายบุคคล หรือ
รายกลุ่ม ได้ตามความเหมาะสม หรือตามที่นักศึกษาร้องขอ โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

รายวิชาการจัดการราคา มีรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ โดยระบุว่าเป็นความรับผิดชอบหลักหรือ
รับผิดชอบรอง ทั้ง 5 ด้านโดยแสดงเครื่องหมาย ● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง ในแต่ละ
ด้านดังนี้

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

นักศึกษามีคุณธรรม จริยธรรม สามารถดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมอย่างราบรื่น และเป็น
ประโยชน์ต่อส่วนรวม บนพื้นฐานแนวคิดความเป็นไทย เกิดความภาคภูมิใจตระหนักและสำนึกในความเป็น
ไทยที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สอดแทรกเรื่องมาตรฐาน ความดี ความถูกต้องเหมาะสมตาม
ยุคสมัยของสังคมเข้าไปด้วยเสมอ โดยมีคุณลักษณะสำคัญ ดังนี้

● 1.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อ
วิชาชีพ ประยุกต์จรรยาบรรณวิชาชีพ อาทิ ความโปร่งใส ยึดถือในความถูกต้อง สู่การเรียนรู้การจัดการราคา
ในระบบสากล และความเป็นไทยที่เข้าใจในคุณค่า คุณธรรม

○ 1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพตนเอง ผู้อื่น และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของ
สถาบันและสังคม ตลอดจนกฎกติกาของการเรียนการสอนรายวิชาการจัดการราคา

● 1.1.3 สามารถบริหารเวลา จัดสรรกิจกรรมในชั้นเรียน และงานที่ได้รับมอบหมายนอกชั้นเรียน
อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสมดุลและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม

● 1.1.4 มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมี
คุณธรรมในการจัดการราคาอย่างถูกต้อง ให้ความร่วมมือต่อกิจกรรม และงานกลุ่มที่ต้องมุ่งเน้นความ
รับผิดชอบเป็นสำคัญ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 อธิบายวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาเข้าใจและส่งเสริมให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย
และข้อบังคับ

1.2.2 ส่งเสริมปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตาม
ระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.3 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานตรงเวลา และแนวคิดที่
มีคุณธรรมจริยธรรมจากกิจกรรมและงานมอบหมาย

1.2.4 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของ
ผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

- 1.3.1 ทำการประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา และการส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- 1.3.2 ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- 1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล โดยไม่ทุจริตไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน
- 1.3.4 ประเมินจากแนวคิดงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์แนวคิดคุณธรรมจริยธรรมจากกิจกรรมและงานที่มอบหมาย

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเรียนด้านการตลาด
- 2.1.2 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร การจัดการผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการจัดการราคา
- 2.1.3 มีความรู้ ความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการจัดการราคา ที่เหมาะสมกับการตลาด และการจัดการการตลาดในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานผลิตภัณฑ์กับราคา
- 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

- 2.2.1 การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยเทคนิคหรือกิจกรรมการค้นคว้า การใช้เทคโนโลยีด้วยตนเองหรือทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์ ด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในรายวิชาการจัดการราคา
- 2.2.2 การจัดการเรียนการสอนใช้สื่อ Power point ประกอบการบรรยาย โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการสอนด้วยการจัดให้มีการตอบคำถาม แสดงความคิดเห็นจากการค้นคว้าทฤษฎี
- 2.2.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ
- 2.2.4 กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม และวิเคราะห์กรณีศึกษา ราคาในตลาดจริง พร้อมการนำเสนองานหน้าชั้นเรียน
- 2.2.5 มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดราคาสินค้าและบริการเพิ่มเติมนอกห้องเรียน เพื่อมาทำกิจกรรมในชั้นเรียน คำถามทบทวน และจากโจทย์ที่ผู้สอนกำหนด

2.3 วิธีการประเมินผล

- 2.3.1 การทดสอบย่อย การสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย และแบบอัตนัย
- 2.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและการอภิปราย
- 2.3.3 ประเมินจากการแสดงความคิดเห็น ตอบคำ แก้ปัญหา ความรู้ความเข้าใจคำนวณกำหนดราคา การตัดสินใจตั้งราคา

2.3.4 ประเมินจากรายงานกลุ่มที่ส่ง นำเสนอที่ได้รับมอบหมาย

2.3.5 ประเมินการวิเคราะห์ค้นคว้าทฤษฎีเพิ่มเติมนอกห้องเรียน มาสู่กิจกรรมในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 สามารถคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ๆ

● 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 สอนแบบ Active Learning ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยเทคนิคหรือกิจกรรมการค้นคว้า การใช้เทคโนโลยีด้วยตนเองหรือทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์ ด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในรายวิชาการจัดการราคา มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาการจัดการราคา

3.2.2 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

3.2.3 ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา วิเคราะห์ราคาสินค้าจริง และนำเสนอหน้าชั้นเรียน

3.2.4 กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการจัดการราคา และนำเสนอแบบการอภิปรายกลุ่ม

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการทดสอบย่อย และการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัยที่เน้นข้อคำถามที่มีการวิเคราะห์และการประยุกต์ความรู้ที่ศึกษา

3.3.2 ประเมินจากรายงานการจัดการราคา การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการนำเสนอ

3.3.3 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

● 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

● 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในรายวิชาการจัดการราคาที่ดีวิเคราะห์

4.2.2 มอบหมายให้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มโดยเน้นความรู้ที่เรียนในวิชาเกี่ยวกับปัญหาที่กำหนด และนำเสนองานหน้าชั้นเรียนโดยการอภิปรายกลุ่ม

4.2.3 แทรกประสบการณ์จริงของผู้สอนในระหว่างการเรียนการสอน โดยผ่านการเล่าเรื่องต่าง ๆ ร่วมพูดคุยกับนักศึกษาถึงความจำเป็นในวิชาที่เรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการตอบคำถาม นำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน

4.3.2 สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูลที่ได้

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ คำนวณและการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ราคาและตัดสินใจราคาทางการตลาด

○ 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนออย่างถูกต้อง

○ 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 ผู้สอนบรรยายและใช้สื่อ PowerPoint โดยสอดแทรกการคิดวิเคราะห์ทางตัวเลขภาษาอังกฤษในเนื้อหาวิชา

5.2.2 มอบหมายงานให้นักศึกษาแก้ปัญหาในเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง และมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาที่มีการนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม

5.2.3 นำเสนอในชั้นเรียนโดยวาจา เล่มรายงาน และมีการใช้สื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากความถูกต้องของการจัดทำกิจกรรม และการนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี

5.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายในชั้นเรียน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p>- แนะนำบทเรียน แนะนำรายวิชา ทบทวนความรู้ด้านการตลาด - ความหมายของการตลาด ตลาด และตลาดเป้าหมาย - หน้าที่ทางการตลาด - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมกับราคา</p> <p>Learning Outcome - สามารถอธิบายได้ถึงส่วนประสมการตลาดกับราคาในปัจจุบัน</p>	3	<p>1. ผู้สอนบรรยายแนะนำตัวและอธิบายเนื้อหา รายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา การเรียน การสอน และเกณฑ์การวัดผลและประเมินผล ตลอดจนแนะนำหนังสือ แหล่งการเรียนรู้ และ website เพิ่มเติม</p> <p>2. ผู้สอนบรรยาย เนื้อหาบทเรียน</p> <p>3. นักศึกษาแต่ละคนแสดงความคิดเห็นอภิปรายเนื้อหา</p> <p>4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม</p>	<p>1. หนังสือ 2. สื่อ มคอ. 3 3. สื่อ Power Point เนื้อหา</p>	1,2	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
2	<p>- บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับราคา - แนวความคิดเรื่องราคา มูลค่า และ อรรถประโยชน์ - ความสำคัญของราคา - ประเภทของราคา - ความสัมพันธ์ระหว่างราคากับส่วนประสม การตลาด</p>	3	<p>1. ผู้สอนบรรยาย</p> <p>2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียน</p> <p>3. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์คุณค่า มูลค่า อรรถประโยชน์และประเภทราคา นักศึกษาอภิปรายประเด็นสำคัญของราคา</p> <p>4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม</p>	<p>1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. ตัวอย่าง ราคาประเภท ต่างๆ 3. วิดีทัศน์การ</p>	1,2	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome - สามารถอธิบายได้ถึงแนวคิดเรื่องราคา ความสำคัญกับสังคมปัจจุบัน - สามารถอธิบายได้ถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ราคากับส่วนประสมทางการตลาด			นำเสนอราคา		
3	บทที่ 2 การตัดสินใจด้านราคาและขั้นตอน ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ - ระบบการตัดสินใจด้านราคา - การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ กำหนดราคา - วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา - การคาดคะเนปริมาณความต้องการซื้อสินค้า Learning Outcome -สามารถอธิบายวัตถุประสงค์ในการกำหนด ราคาและวิเคราะห์ปัจจัยในการกำหนดราคา กับสินค้าต่างๆ	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียน 3. นักศึกษาแบ่งกลุ่มอธิบาย และวิเคราะห์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาและ วัตถุประสงค์ 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. กรณีศึกษา วัตถุประสงค์ ประเภทราคา ต่างๆ	1,2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
4	บทที่ 2 การตัดสินใจด้านราคาและขั้นตอน ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ - การคาดคะเนต้นทุน - การวิเคราะห์ต้นทุน ราคา และราคา	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียน 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันค้นข้อมูล ประเภทของผลิตภัณฑ์ กับการวิเคราะห์ต้นทุน	1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. รูปสื่อ ผลิตภัณฑ์	2,3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้น</p> <ul style="list-style-type: none"> - การเลือกวิธีการกำหนดราคา - การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา - การตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย <p>Learning Outcome</p> <ul style="list-style-type: none"> -สามารถวิเคราะห์ได้ถึงต้นทุนราคาของผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจกำหนดราคา 		<p>ราคา และราคาผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้น และ การตัดสินใจราคาขั้นสุดท้าย</p> <p>4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม</p>	ต่างๆกับราคา		
5	<p>บทที่ 3 การกำหนดราคาจากเกณฑ์ต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างต้นทุน - การกำหนดราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุน - การกำหนดราคาแบบผลตอบแทนตามเป้าหมาย <p>Learning Outcome</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถอธิบายโครงสร้างต้นทุน ในการคำนวณราคาจากการบวกเพิ่ม และการกำหนดราคาแบบผลตอบแทนตามเป้าหมาย 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียนคำนวณราคาจากโจทย์ที่กำหนดให้ 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกัน วิเคราะห์โครงสร้างต้นทุน และการกำหนดราคา 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. กรณีศึกษาธุรกิจกับราคา 	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
6	<p>บทที่ 3 การกำหนดราคาจากเกณฑ์ต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - การกำหนดราคาบวกเพิ่มแบบลูกโซ่ - การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียนคำนวณราคาจากโจทย์ที่กำหนดให้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. กรณีศึกษา 	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	- ข้อดีและข้อเสียของการกำหนดราคาจาก เกณฑ์ต้นทุน Learning Outcome - สามารถวิเคราะห์ได้ถึงต้นทุน ต้นทุน ผลิตภัณฑ์และ วิเคราะห์ เกณฑ์ต้นทุนเพื่อ กำหนดราคา		3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันค้นข้อมูล วิเคราะห์เกณฑ์ต้นทุนเพื่อกำหนดราคา 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	ธุรกิจกับราคา		
7	บทที่ 4 การกำหนดราคาจากเกณฑ์อุปสงค์ - ประเภทของอุปสงค์ - อุปสงค์ต่อราคา - กฎของอุปสงค์และการประยุกต์ใช้ทาง การตลาด - การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ Learning Outcome - สามารถอธิบายถึงคุณค่าและความสำคัญอุป สงค์ การเปลี่ยนแปลงที่มีต่อราคา	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียน 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ ประเภทของอุปสงค์ กับการเปลี่ยนแปลงอุป สงค์ต่อราคา 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. กรณีศึกษา อุปสงค์ต่อ ราคา	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
8	บทที่ 4 การกำหนดราคาจากเกณฑ์อุปสงค์ - ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา - ปัจจัยกำหนดความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา - ประเภทของตลาดและการกำหนดราคา Learning Outcome	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียน คำนวณราคาจากโจทย์ที่กำหนดให้ 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ปัจจัย ที่มีต่อความยืดหยุ่นของราคา	1. สื่อ Power Point เนื้อหา	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	- สามารถค้นหาปัจจัยที่มีต่อความยืดหยุ่นของราคา		4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม 5. การทดสอบย่อย			
9	บทที่ 5 การกำหนดราคาจากเกณฑ์การแข่งขัน - การกำหนดคู่แข่ง - การศึกษากลยุทธ์ของคู่แข่ง - วิธีการกำหนดราคาจากเกณฑ์การแข่งขัน Learning Outcome - สามารถวิเคราะห์ได้ถึงกลยุทธ์ราคาการแข่งขัน ข้อดีข้อเสีย	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์กลยุทธ์ของคู่แข่ง คำนวณราคาจากโจทย์ที่กำหนดให้ นำเสนอ 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. สื่อ Power Point เนื้อหา	3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
10	บทที่ 5 การกำหนดราคาจากเกณฑ์การแข่งขัน - การเปลี่ยนแปลงราคา - ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจเปลี่ยนแปลงราคา - ปฏิกริยาของผู้ซื้อและคู่แข่งต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของธุรกิจ - การโต้ตอบของธุรกิจต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของคู่แข่ง Learning Outcome - สามารถอธิบายได้ถึงปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจเปลี่ยนแปลงราคาที่จะมีต่อผลกระทบ และนำเสนอ 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. กรณีศึกษา	3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	เปลี่ยนแปลงราคาที่จะมีต่อผลกระทบ					
11	บทที่ 6 นโยบายและกลยุทธ์การกำหนดราคา - นโยบายราคาและกลยุทธ์ราคา - นโยบายระดับราคา - นโยบายราคาเดียวกันกับนโยบายหลายราคา - นโยบายการให้ส่วนลดและส่วนยอมให้ Learning Outcome - สามารถอธิบายถึงนโยบายราคาและกลยุทธ์ราคา	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียน 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ นโยบายราคาและกลยุทธ์ราคาที่มีต่อผลกระทบ และนำเสนอ 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. รูปสื่อ การบริการ 3. วีดิทัศน์งาน บริการ	1,2,3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
12	บทที่ 6 นโยบายและกลยุทธ์การกำหนดราคา - กลยุทธ์การกำหนดราคาตามแนวภูมิศาสตร์ - กลยุทธ์การกำหนดราคาสำหรับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์การกำหนดราคาสำหรับวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์การกำหนดราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ Learning Outcome - สามารถอภิปรายได้ถึง กลยุทธ์การกำหนดราคาสำหรับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียน 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ กลยุทธ์การกำหนดราคาสำหรับวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ใหม่ และนำเสนอ 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. รูปสื่อ ที่มีวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์	2,3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
13	บทที่ 6 นโยบายและกลยุทธ์การกำหนดราคา - กลยุทธ์ราคาสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อความนิยม - กลยุทธ์การกำหนดราคาให้แตกต่างกัน - กลยุทธ์การกำหนดราคาเพื่อส่งเสริมการตลาด Learning Outcome - สามารถวิเคราะห์ได้ถึงกลยุทธ์ราคาต่างๆ เพื่อส่งเสริมการตลาด ข้อดี ข้อเสีย ผลกระทบ นำเสนอไปสร้าง	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียน 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมค้นข้อมูล วิเคราะห์ ได้ถึงกลยุทธ์ราคาต่างๆเพื่อส่งเสริมการตลาด ข้อดี ข้อเสีย ผลกระทบ นำเสนอ 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. ราคา ผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างตาม กลยุทธ์ที่ เปลี่ยนแปลง	2,3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
14	บทที่ 7 การกำหนดราคาในช่องทางการจำหน่าย - กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย - การรักษาราคาขายปลีกขั้นต่ำ - การควบคุมราคา ขยายต่อ - การจัดการราคาผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดการกลยุทธ์ราคาขายปลีก - การจัดการราคาในช่องทางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ Learning Outcome - สามารถวิเคราะห์ราคากับช่องทางการตลาด แต่ละผลิตภัณฑ์	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มกัน วิเคราะห์ราคากับ ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. ตัวอย่าง ราคา กับ ช่องทาง ผลิตภัณฑ์	1,2,3,4,5	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
15	บทที่ 8 จรรยาบรรณทางการตลาด - ความหมายของจรรยาบรรณ - จรรยาบรรณสำหรับนักการตลาด - จรรยาบรรณกับการกำหนดราคา - นำเสนอรายงาน - สรุปทบทวนเนื้อหาวิชา Learning Outcome - สามารถอธิบายได้ถึงสิ่งที่ดี ข้อเสีย ผลกระทบ จากกฎหมายที่มีต่อการกำหนดราคา	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแต่ละคนทำกิจกรรมในการเรียน 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มค้นปัญหาทางการตลาดที่มีต่อเรื่องราคา และนำเสนอ 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. วีดิทัศน์ จรรยาบรรณ การตลาด	1,2,3,4,5	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
1. เข้า เรียน	1.1.2	เข้าชั้นเรียน ตรงเวลา และการแต่ง กาย	1-15	ร้อยละ 10
2. กิจกรรม เดี่ยว	2.1.2, 2.1.3, 3.1.1, 4.1.1, 5.1.1,5.1.2	นำเสนอ รายงานการจัดการราคา สังเกตพฤติกรรมที่แสดงออก การ คำนวณ การค้นข้อมูล	1,2,3,4,5,6,7,8, 11,12,13,15	ร้อยละ 20
3. กิจกรรม กลุ่ม	1.1.1,1.1.3, 1.1.4,2.1.1, 2.14, 3.1.2, 3.1.3,4.1.2, 4.1.3,5.1.1, 5.1.3	ความรับผิดชอบในหน้าที่ตรงเวลา แนวคิดกิจกรรม รายงานกลุ่ม การแสดงความคิดเห็นอภิปราย กลุ่ม วิเคราะห์กรณีศึกษา พฤติกรรมที่แสดงออก การมีส่วน ร่วม	2,3,4,5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15	ร้อยละ 20
4. สอบ กลางภาพ	1.1.1, 1.1.2 2.1.1, 2.1.2 2.1.3, 3.1.1,5.1.1, 5.1.3	การทดสอบย่อย	8	ร้อยละ 10
5. สอบ ปลายภาค	1.1.1, 1.1.2 1.1.4, 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 3.1.1, 3.1.2, 3.1.3, 4.1.1, 5.1.1, 5.1.3	การทดสอบปลายภาค	16	ร้อยละ 40

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

คณิง จารุพงษ์. (2556). เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

นภวรรณ คณานุรักษ์. (2555) การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
หอการค้าไทย.

สุวินัย ต่อศิริสุข. กลยุทธ์การตั้งราคา. (2551). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2547). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ :
ธีระฟิล์มไซเท็กซ์.

Phillip Kotler and Kevin Lane Keller. (2006). Marketing Management.
New Jersey : Pearson Education.

นิตยสารทางการตลาด และหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

<https://www.google.co.th/>

<http://app.tisi.go.th/otop/standard/standards.html>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ผลการสอบ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้
- การฝึกทักษะเพื่อดูพฤติกรรมตอบสนองของผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินกิจกรรมรายวิชา

3. การปรับปรุงการสอน

- การวิจัยในและนอกชั้นเรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ท่านอื่นหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปีการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอน
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning และเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ