



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 1/2561

รหัสวิชา 3642503 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน  
(ภาษาอังกฤษ) Marketing for Community Business

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์น้ำผึ้ง ไชว์พันธุ์ ตอนเรียน A1  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว ตอนเรียน B1

## คำนำ

มคอ.3 รายวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน รหัสวิชา 3642503 เป็นการจัดทำรายละเอียด ประกอบรายวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ใน หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของชุมชน รูปแบบและบทบาทของธุรกิจชุมชน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความ ล้มเหลวของธุรกิจชุมชน กระบวนการจัดการทางการตลาด การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ การ จัดการสิ่งแวดล้อมของชุมชน และการปฏิบัติโครงการการตลาดร่วมกับธุรกิจชุมชน เนื่องจากธุรกิจชุมชนถือเป็นฐานรากของสังคม เมื่อชุมชนเข้มแข็งก็ทำให้สังคมเข้มแข็ง ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งนำไปสู่ ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ จากทฤษฎี กรณีศึกษาและการ ปฏิบัติ จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการ ค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ซึ่งผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้ไป ประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพและดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบันได้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์น้ำผึ้ง ไชว์พันธ์  
อาจารย์ผู้สอน

## 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	17
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	18



## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน
2. นักศึกษาสามารถนำความรู้การตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนไปวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
3. นักศึกษาสามารถนำความรู้ด้านการตลาดไปใช้ในการให้บริการวิชาการกับธุรกิจชุมชนได้

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. มีการปรับวิธีการสอนให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และสอดคล้องกับบริบทของผู้เรียน
2. มีการปรับ Learning Outcome ให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาในแต่ละสัปดาห์ รวมทั้งจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแบบ Active Learning ที่ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้โดยเน้นกิจกรรมแบบกลุ่ม

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ลักษณะของชุมชน รูปแบบและบทบาทของธุรกิจชุมชน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน กระบวนการจัดการทางการตลาด การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ การจัดการสิ่งแวดล้อมของชุมชน และการปฏิบัติโครงการการตลาดร่วมกับธุรกิจชุมชน

Characteristics of communities. Models and roles of community business. Cooperation networking. Factors influencing success and failure in community businesses. Marketing management process. Technology and information system management. Social and environmental management for communities. Practical marketing project with a community.

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 30 ช.ม. ฝึกปฏิบัติ 30 ช.ม.ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	75 ช.ม. ต่อภาคการศึกษา หรือ 6 ช.ม. ต่อสัปดาห์

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่าน เว็บไซต์คณะ
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเองสังคม และสิ่งแวดล้อม

○ 1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

● 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจสามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

#### 1.2 วิธีการสอน

(1) กำหนดกฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติให้นักศึกษาเพื่อปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

(2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

(2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายบุคคล และงานกลุ่ม

(4) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

○ 2.1.1 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเรียน ด้านการตลาด

● 2.1.2 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

○ 2.1.3 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการตลาดและการจัดการการตลาดในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงานรวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน

● 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

## 2.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชา

(2) บรรยายโดยใช้สื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

(3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(4) กำหนดให้นักศึกษาทำกิจกรรม รายงานกลุ่ม และวิเคราะห์กรณีศึกษา และนำเสนอหน้าชั้นเรียน

## 2.3 วิธีการประเมินผล

(1) การทดสอบย่อย การสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(3) ประเมินจากกิจกรรม รายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(4) ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการนำเสนอรายงาน

## 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

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชา

(2) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(3) ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา และนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(4) กำหนดให้นักศึกษาปฏิบัติโครงการการตลาดร่วมกับธุรกิจชุมชน โดยจัดทำรายงาน และนำเสนอแบบการอภิปรายกลุ่ม

### 3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการทดสอบย่อย และการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัยที่เน้นข้อความถามที่มีการวิเคราะห์และการประยุกต์ความรู้ที่ศึกษา

(2) ประเมินจากการทำรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการนำเสนอ

(3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติโครงการการตลาดร่วมกับธุรกิจชุมชน การแสดงความคิดเห็น และการอภิปรายกลุ่ม

#### 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

- (1) การเรียนแบบมีส่วนร่วม
- (2) มอบหมายให้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มโดยเน้นความรู้ที่เรียนในวิชาแก้ปัญหาที่กำหนดและนำเสนองานหน้าชั้นเรียนโดยการอภิปรายกลุ่ม
- (3) แทรกประสบการณ์จริงของผู้สอนในระหว่างการเรียนการสอน โดยผ่านการเล่าเรื่องต่าง ๆ ร่วมพูดคุยกับนักศึกษาถึงความจำเป็นในวิชาที่เรียน
- (4) กำหนดให้นักศึกษาปฏิบัติโครงการการตลาดร่วมกับธุรกิจชุมชน โดยจัดทำรายงาน และนำเสนอแบบการอภิปรายกลุ่ม

##### 4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน
- (2) สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูลที่ได้
- (3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติโครงการการตลาดร่วมกับธุรกิจชุมชน การแสดงความคิดเห็น และการอภิปรายกลุ่ม

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด
- 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้
- 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนออย่างถูกต้อง
- 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

##### 5.2 วิธีการสอน

- (1) ผู้สอนบรรยายและใช้สื่อ PowerPoint โดยสอดแทรกภาษาอังกฤษในเนื้อหาวิชา
- (2) มอบหมายงานให้นักศึกษาแก้ปัญหาในเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง และมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาที่มีการนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม
- (3) นำเสนอในชั้นเรียนโดยวาจา เล่มรายงาน และมีการใช้สื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม

##### 5.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากความถูกต้องของการจัดทำรายงาน และการนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี
- (2) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายในชั้นเรียน



## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
1	<b>แนะนำรายวิชา</b> ทบทวนความรู้ด้านการตลาด - ตลาด และตลาดเป้าหมาย - หน้าที่ทางการตลาด - การแบ่งส่วนตลาด - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - ส่วนประสมการตลาด <b>Learning Outcome</b> - นักศึกษามีความเข้าใจความรู้เบื้องต้นด้านการตลาดโดยพิจารณาจากการตอบคำถาม	4	1. อาจารย์ผู้สอนแนะนำตัวและอธิบายเนื้อหา รายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา ข้อปฏิบัติในการเรียน การสอนเกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แนะนำแหล่งการเรียนรู้ และ website 2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. อาจารย์และนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหาด้วยการถามตอบ	1. เอกสารประกอบการบรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint	ข้อ 1	ผศ.น้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
2	<b>แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจชุมชน</b> - ความหมายและลักษณะของชุมชน - ประเภทของชุมชน - การจัดการสิ่งแวดล้อมของชุมชน - ความหมาย บทบาทและความสำคัญของธุรกิจชุมชน - รูปแบบของธุรกิจชุมชน - ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกรูปแบบการประกอบการธุรกิจชุมชน <b>Learning Outcome</b> - นักศึกษามีความเข้าใจรูปแบบของการประกอบ	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษานำเสนอตัวอย่างธุรกิจชุมชนที่รู้จักและวิเคราะห์รูปแบบของการประกอบธุรกิจชุมชนดังกล่าว 4. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปราย 3. มอบหมายให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มละ 5-6 คน และศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนอย่างน้อย 2 ชุมชน เพื่อสัมภาษณ์การดำเนินงานของธุรกิจ และคัดเลือกธุรกิจชุมชนเป้าหมาย 1 ธุรกิจ ที่สามารถนำความรู้	1. เอกสารประกอบการบรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. ตัวอย่างธุรกิจชุมชน	ข้อ 1	ผศ.น้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
	ธุรกิจชุมชน โดยพิจารณาจากงานของนักศึกษา		การตลาดไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจชุมชนเป้าหมาย โดยส่งชื่อธุรกิจชุมชน 2 ธุรกิจ ในลำดับที่ 4			
3	<b>การบริหารองค์การธุรกิจชุมชน</b> - ความหมายขององค์การ - องค์การธุรกิจชุมชน - ประเภทขององค์การ - การจัดองค์การ และลักษณะที่ต้องการของการจัดองค์การ - การบริหารองค์การธุรกิจชุมชน - ทักษะในการบริหารของผู้บริหารในเชิงธุรกิจ - ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ <b>Learning Outcome</b> - นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ โดยพิจารณาจากการสรุปงานของนักศึกษา	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาสรุปปัจจัยที่ส่งเสริมให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ โดยค้นคว้าจากฐานข้อมูลงานวิจัยจากแหล่งต่างๆ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา	1. เอกสารประกอบการบรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint	ข้อ 1	ผศ.น้ำผึ้ง ไชว์พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
4	<b>กระบวนการจัดการทางการตลาด</b> - การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด - การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาด - การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ - การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญเกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายเรื่องสภาพแวดล้อมทางการตลาดและยกตัวอย่าง 3. มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด สภาพการแข่งขัน การแบ่งส่วนตลาด การเลือก	1. เอกสารประกอบการบรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. กรณีศึกษา	ข้อ 1 ข้อ 2	ผศ.น้ำผึ้ง ไชว์พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
	<b>Learning Outcome</b> - นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษา โดยพิจารณาจากงานที่มอบหมาย		ตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และนำเสนอหน้าชั้นเรียน 4. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 5. นักศึกษานำส่งชื่อธุรกิจชุมชน 2 ธุรกิจ และผู้สอนมอบหมายให้ลงพื้นที่สำรวจการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนและนำเสนอในสัปดาห์ที่ 6			
5	<b>กระบวนการจัดการทางการตลาด (ต่อ)</b> - การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด - การปฏิบัติการทางการตลาด - การจัดองค์กรทางการตลาด - การควบคุมทางการตลาด <b>Learning Outcome</b> - นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดได้ โดยพิจารณาจากงานที่มอบหมาย	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด และนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา	1. เอกสารประกอบการบรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. กรณีศึกษา	ข้อ 1 ข้อ 2	ผศ.น้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
6	<b>แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน</b> - สภาพปัจจุบันและปัญหาของธุรกิจชุมชน - แนวคิดในการพัฒนาธุรกิจชุมชน - แนวทางในการพัฒนาความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชน - ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจชุมชน - การส่งเสริมการพัฒนากลุ่มอาชีพ	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. นักศึกษานำเสนอหน้าชั้นเรียนเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน 2 ธุรกิจที่ไปลงพื้นที่มา และเลือกธุรกิจชุมชนเป้าหมายที่ต้องการลงปฏิบัติโครงการบริการวิชาการ รายงานความก้าวหน้าของงานในสัปดาห์ที่ 8-14 และนำเสนองานฉบับสมบูรณ์ในสัปดาห์ที่ 15	1. เอกสารประกอบการบรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. รายงานสรุปการดำเนินงานธุรกิจชุมชนของนักศึกษา	ข้อ 1 ข้อ 2	ผศ.น้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
	<b>Learning Outcome</b> - นักศึกษาสามารถสรุปผลการดำเนินธุรกิจชุมชนที่เข้าไปสำรวจได้		3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานที่นำเสนอ			
7	<b>กลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน</b> - พัฒนาคุณภาพสินค้า เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ - พัฒนาบรรจุภัณฑ์ สร้างตราสินค้า - การตั้งราคาให้เหมาะสม <b>Learning Outcome</b> - นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา	1. เอกสารประกอบการบรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. กรณีศึกษา	ข้อ 1 ข้อ 2	ผศ.น้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
8	<b>กลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน (ต่อ)</b> - การหาตลาดสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภค - การสื่อสารตราสินค้าให้อยู่ในใจผู้บริโภค - การจัดการระบบสารสนเทศของธุรกิจชุมชน <b>Learning Outcome</b> - นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจชุมชนที่สนใจได้ - โครงการบริการวิชาการที่นักศึกษานำความรู้การตลาดไปใช้ในการบริการวิชาการกับธุรกิจชุมชน	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจชุมชนที่นักศึกษาสนใจ พร้อมทั้งให้นำเสนอ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. นักศึกษาแต่ละกลุ่มรายงานความก้าวหน้าของโครงการบริการวิชาการที่มอบหมายให้ 5. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่เหมาะสมในการนำเสนอให้กับธุรกิจชุมชน	1. เอกสารประกอบการบรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. ตัวอย่างธุรกิจชุมชนที่นักศึกษาสนใจ 4. โครงการบริการวิชาการของนักศึกษา	ข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3	ผศ.น้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
9	<p><b>กลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน (ต่อ)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสร้างโรงเรียนให้มีมาตรฐานผ่านการรับรอง</li> <li>- ขั้นตอนการขอเครื่องหมายรับรอง</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการบริการวิชาการที่นักศึกษา นำความรู้ การตลาดไปใช้ในการบริการวิชาการกับธุรกิจชุมชน</li> </ul>	4	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. นักศึกษาแต่ละกลุ่มรายงานความก้าวหน้าของโครงการบริการวิชาการที่มอบหมายให้</p> <p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันแสดงความ คิดเห็นเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่เหมาะสมในการ นำเสนอให้กับธุรกิจชุมชน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการ บรรยาย</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. โครงการบริการ วิชาการของนักศึกษา</p>	<p>ข้อ 1</p> <p>ข้อ 3</p>	<p>ผศ.น้ำผึ้ง ไข้วพันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว</p>
10	<p><b>ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวของ ธุรกิจชุมชน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตัวชี้วัดความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน</li> <li>- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ</li> <li>- จริยธรรมทางธุรกิจ</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษาปัจจัยแห่ง ความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชนได้</li> <li>- โครงการบริการวิชาการที่นักศึกษา นำความรู้ การตลาดไปใช้ในการบริการวิชาการกับธุรกิจชุมชน</li> </ul>	4	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b></p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. มอบหมายให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวของ ธุรกิจชุมชน พร้อมทั้งนำเสนอ</p> <p>3. นักศึกษาแต่ละกลุ่มรายงานความก้าวหน้าของโครงการบริการวิชาการที่มอบหมายให้</p> <p>4. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันแสดงความ คิดเห็นเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่เหมาะสมในการ นำเสนอให้กับธุรกิจชุมชน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการ บรรยาย</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. กรณีศึกษา</p> <p>4. โครงการบริการ วิชาการของนักศึกษา</p>	<p>ข้อ 1</p> <p>ข้อ 2</p> <p>ข้อ 3</p>	<p>ผศ.น้ำผึ้ง ไข้วพันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว</p>
11	<p><b>ธุรกิจชุมชนสู่วิสาหกิจชุมชน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวทางธุรกิจชุมชนสู่วิสาหกิจชุมชน</li> <li>- ประเภทและรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน</li> <li>- ประโยชน์ที่ได้รับจากการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน</li> <li>- ความพร้อมของชุมชนเพื่อการทำวิสาหกิจชุมชน</li> </ul>	4	<p>1.การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. นักศึกษาแต่ละกลุ่มรายงานความก้าวหน้าของโครงการบริการวิชาการที่มอบหมายให้</p> <p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันแสดงความ คิดเห็นเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่เหมาะสมในการ</p>	<p>1. เอกสารประกอบการ บรรยาย</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. โครงการบริการ วิชาการของนักศึกษา</p>	<p>ข้อ 1</p> <p>ข้อ 3</p>	<p>ผศ.น้ำผึ้ง ไข้วพันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว</p>

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
	<b>Learning Outcome</b> - โครงการบริการวิชาการที่นักศึกษา นำความรู้ การตลาดไปใช้ในการบริการวิชาการกับธุรกิจ ชุมชน		นำเสนอให้กับธุรกิจชุมชน			
12	<b>เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน</b> - แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย - ลักษณะของเครือข่าย - การรักษาเครือข่าย - กระบวนการทำงานของเครือข่าย <b>Learning Outcome</b> - โครงการบริการวิชาการที่นักศึกษา นำความรู้ การตลาดไปใช้ในการบริการวิชาการกับธุรกิจ ชุมชน	4	1.การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. นักศึกษาแต่ละกลุ่มรายงานความก้าวหน้า ของโครงการบริการวิชาการที่มอบหมายให้ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันแสดงความ คิดเห็นเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่เหมาะสมในการ นำเสนอให้กับธุรกิจชุมชน	1. เอกสารประกอบการ บรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. โครงการบริการ วิชาการของนักศึกษา	ข้อ 1 ข้อ 3	ผศ.น้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
13	<b>แนวทางการพัฒนาเครือข่ายของกลุ่มผู้นำ วิสาหกิจชุมชน</b> - ความหมายและความสำคัญของผู้นำ - ความเป็นเครือข่ายของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - ประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายของผู้นำ - ข้อเสนอแนะในการสร้างและพัฒนาเครือข่าย ของผู้นำเพื่อความยั่งยืน - ลักษณะของการพัฒนาเครือข่ายของผู้นำกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน <b>Learning Outcome</b> - โครงการบริการวิชาการที่นักศึกษา นำความรู้	4	1.การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. นักศึกษาแต่ละกลุ่มรายงานความก้าวหน้า ของโครงการบริการวิชาการที่มอบหมายให้ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันแสดงความ คิดเห็นเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่เหมาะสมในการ นำเสนอให้กับธุรกิจชุมชน	1. เอกสารประกอบการ บรรยาย 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. โครงการบริการ วิชาการของนักศึกษา	ข้อ 1 ข้อ 3	ผศ.น้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์/ ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
	การตลาดไปใช้ในการบริการวิชาการกับธุรกิจชุมชน					
14	<p><b>เศรษฐกิจพอเพียงสู่วิสาหกิจชุมชน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินธุรกิจ</li> <li>- การเปรียบเทียบเศรษฐกิจพอเพียงกับทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ</li> <li>- การพัฒนาของเศรษฐกิจพอเพียง</li> <li>- ระดับการนำไปใช้ของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงได้</li> <li>- โครงการบริการวิชาการที่นักศึกษานำความรู้การตลาดไปใช้ในการบริการวิชาการกับธุรกิจชุมชน</li> </ul>	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>2. มอบหมายให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมนำเสนอ</li> <li>3. นักศึกษาแต่ละกลุ่มรายงานความก้าวหน้าของโครงการบริการวิชาการที่มอบหมายให้</li> <li>4. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่เหมาะสมในการนำเสนอให้กับธุรกิจชุมชน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการบรรยาย</li> <li>2. สื่อการสอน PowerPoint</li> <li>3. กรณีศึกษา</li> <li>4. โครงการบริการวิชาการของนักศึกษา</li> </ol>	<p>ข้อ 1</p> <p>ข้อ 2</p> <p>ข้อ 3</p>	<p>ผศ.น้ำผึ้ง</p> <p>ไขว้พันธุ์/</p> <p>ผศ.ดร.</p> <p>ปราโมทย์</p> <p>ยอดแก้ว</p>
15	<p><b>การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการนำเสนอโครงการ การปฏิบัติงานการตลาดร่วมกับธุรกิจชุมชนและ ทบทวนบทเรียน</b></p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการบริการวิชาการที่นักศึกษานำความรู้การตลาดไปใช้ในการบริการวิชาการกับธุรกิจชุมชน</li> </ul>	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นักศึกษานำเสนอผลงานการปฏิบัติตามโครงการการตลาดร่วมกับธุรกิจชุมชน พร้อมทั้งร่วมอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้</li> <li>2. ทบทวนเนื้อหาวิชา</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการบริการวิชาการของนักศึกษา</li> </ol>	<p>ข้อ 3</p>	<p>ผศ.น้ำผึ้ง</p> <p>ไขว้พันธุ์/</p> <p>ผศ.ดร.</p> <p>ปราโมทย์</p> <p>ยอดแก้ว</p>

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน การตรงต่อเวลา การแต่งกายตาม ระเบียบมหาวิทยาลัย	1.1.1, 1.1.3, 1.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตาม กำหนด ระยะเวลาที่ มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกาย ของนักศึกษาที่เป็นไปตาม ระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่มและ บุคคล	1-15	10%
2. งาน/กิจกรรมที่ได้รับ มอบหมาย และการ นำเสนอรายงาน	1.1.1, 1.1.3, 1.1.4 2.1.1, 2.1.2, 2.1.4 3.1.1, 3.1.2, 3.1.3 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3 5.1.2, 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตาม กำหนด ระยะเวลาที่ มอบหมาย 2. ประเมินจากความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่มและงาน รายบุคคล 3. ประเมินจากความถูกต้อง เหมาะสมของงานที่ มอบหมายให้นักศึกษาทำ โดยมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็น ของตนเช่นการทำรายงาน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วม ร่วมในการแสดงความคิด เห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมใน	1-15	60%



กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
		ห้องเรียน ได้แก่ การมีส่วนร่วม ในกิจกรรม พฤติกรรม การทำงานเป็นทีม 6. ประเมินจาก ความสามารถในการ นำเสนอรายงาน		
3. สอบปลายภาค	2.1.1, 2.1.2, 2.1.4	1. ประเมินจากการสอบ ปลายภาคโดยใช้ข้อสอบ แบบอัตนัย	16	30 %

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

น้ำผึ้ง ไชวพันธ์. (2560). *เอกสารประกอบการบรรยายการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ไลลา บุญพิศ และฮัมเดีย มุดอ. (2557). *เส้นทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนอย่างยั่งยืน*. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

กัญญามน อินหว่าง และคณะ. (2554). *การจัดการวิสาหกิจชุมชน*. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา. (2551). *เอกสารประกอบการบรรยายการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ.

วันทนีย์ แสนภักดี. (2549). *การประกอบการธุรกิจชุมชน*. พระนครศรีอยุธยา : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

มนตรี พานิชยานุวัฒน์. (2548). *การประกอบการธุรกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ภัทรธีรา ผลงาม. (2545). *ธุรกิจชุมชน : หลักการและวิธีการวิจัย*. เลย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

#### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- นิตยสารทางการตลาด และหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด
- เว็บไซต์ฐานข้อมูลวิจัยจากแหล่งต่างๆ
- <http://app.tisi.go.th/otop/standard/standards.html>

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ประเมินประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอน
- การสนทนาระหว่างผู้สอนกับนักศึกษา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตความตั้งใจของผู้เรียน
- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 3. การปรับปรุงการสอน

- พิจารณาจากผลสัมฤทธิ์ในการเรียนของนักศึกษา การสนทนากับนักศึกษา และผลประเมินประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- การทวนสอบการให้คะแนนจาก การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา การให้คะแนนนักศึกษาโดยอาจารย์ผู้สอน
- มีการทวนสอบโดยตั้งคณะกรรมการในการทวนสอบที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- เชิญวิทยากร หรือเปลี่ยนอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้ศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้