



มคอ.3

รายวิชา CLM2508 การตลาดทางวัฒนธรรม
(Marketing for Cultural Affairs)

กลุ่มสาขาวิชาการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม
แขนงวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

	สารบัญ	หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	2
หมวดที่ 3	ลักษณะและการดำเนินการ	2
หมวดที่ 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	3
หมวดที่ 5	แผนการสอนและการประเมินผล	6
หมวดที่ 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	10
หมวดที่ 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	10

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจบทบาทและความสำคัญของการตลาดทางวัฒนธรรมได้ถูกต้อง
- 1.2 เข้าใจหลักการแนวความคิดการตลาดทางวัฒนธรรมได้ถูกต้อง
- 1.3 เข้าใจกิจกรรมและหน้าที่ทางการตลาดทางวัฒนธรรมได้ถูกต้อง
- 1.4 อธิบายลักษณะประเภทของตลาดทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละตลาดได้ถูกต้อง
- 1.5 เข้าใจและอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดส่วนประสมการตลาดและวางกลยุทธ์ในแต่ละส่วนประสมได้อย่างถูกต้อง
- 1.6 นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการตลาดทางวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม
- 1.7 เป็นการเพิ่มทักษะในการคิดคำนวณและการวางแผนการตลาดทางวัฒนธรรม

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายวิชาในสาขาการตลาดตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดและสอดคล้องกับประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 โดยเน้นให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และประยุกต์ความรู้ทางคณิตศาสตร์ที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาหลักการพื้นฐานของการตลาด เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนเผยแพร่ผลงานด้านศิลปวัฒนธรรม อันเป็นการนำเครื่องมือทางการตลาดมาใช้โดยเข้าใจถึงคุณค่าและลักษณะเฉพาะของงานด้านวัฒนธรรม

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ทฤษฎี	ปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง	สอนเสริม
3 x 15 = 45 ชั่วโมง	-	6 x 15 = 90 ชั่วโมง	-

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- ชั่วโมงการสอน 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาและการให้คำปรึกษาผ่านประมวลรายวิชาและLMS

4.แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา
(Curriculum Mapping)

1. คุณธรรม จริยธรรม							2. ความรู้								3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ									
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4						
●	○	○	○				●	○	○								●		○														○	

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ
- 1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพและสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม
- 1.1.3 สามารถบริหารเวลาและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม
- 1.1.4 มีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมีคุณธรรม

1.2 วิธีสอน

1.2.1 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย และความรับผิดชอบโดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาและการส่งงานภายในเวลาที่กำหนด

1.2.2 ปลุกฝังให้นักศึกษาแต่งกายและปฏิบัติตนให้เหมาะสม ถูกต้องตามตามระเบียบข้อบังคับของมหาวิทยาลัย

1.2.3 สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม คุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ ในการสอนทุกรายวิชา

1.3 วิธีการประเมินผล

- 1.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมของผู้เรียนระหว่างการเรียนการสอน
- 1.3.2 ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย
- 1.3.3 ประเมินจากการให้คะแนนการเข้าห้องเรียนและการส่งงานตรงเวลา

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจ ในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการทางด้านวิชาชีพ

2.1.2 มีความรู้ ความเข้าใจในองค์ความรู้ทางสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง สามารถบูรณาการ ประสมประสานและนำมาประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม

2.1.3 มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพและอื่นๆ โดยใช้วิธีการเรียนรู้

จาก

ประสบการณ์

2.2 วิธีสอน

2.2.1 จัดการเรียนการสอน โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีการแสดงความคิดเห็นและซักถามข้อสงสัย มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจในวิชาชีพ

2.2.2 การค้นคว้าทั้งเดี่ยวและกลุ่มตามหัวข้อที่เป็นปัจจุบัน

2.2.3 ฝึกการแก้ปัญหาจากแบบฝึกหัด

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 การทดสอบย่อย

2.3.2 การสอบกลางภาค

2.3.3 การสอบปลายภาค

2.3.4 ประเมินผลจากแบบฝึกหัด

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 สามารถสืบค้นข้อมูลประมวลข้อมูลและแนวคิดต่างๆเพื่อนำมาใช้ในการระบุ และวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างเหมาะสม

3.1.2 สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้และด้านอื่นที่สัมพันธ์กันใช้ทักษะทางวิชาชีพและ ดุลยพินิจในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งเสนอแนะแนวทางใหม่ในสถานการณ์ต่างๆอย่าง สร้างสรรค์โดยคำนึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ

3.1.3 สามารถติดตาม ประเมินผลสรุปประเด็นและรายงานผลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีโอกาสบูรณาการความรู้ทางวิชาชีพกับศาสตร์ อื่น ๆ ได้

3.2.2 การสอนโดยใช้การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินผลจากการทดสอบทั้งการสอบย่อย การสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค

3.3.2 ประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมายทั้งงานกลุ่มและงานเดี่ยว

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องการ

4.1.1 สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

4.1.2 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และ วัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

4.1.3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก

ในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่างๆทั้งในบทบาทของผู้นำหรือในบทบาทของผู้ร่วมงาน

4.1.4 มีความรับผิดชอบในการพัฒนาความรู้ความสามารถทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพของตนเองอย่างต่อเนื่อง

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น การระดมความคิดเห็น การอภิปราย

4.2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษากล้าแสดงออกและเสนอความคิดเห็นผ่านงานกลุ่ม งานเดี่ยว

4.2.3 สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและองค์กร การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร การปรับตัวเข้ากับสภาวะแวดล้อม การยอมรับผู้อื่น

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้เรียนขณะทำกิจกรรมกลุ่มและงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

4.3.2 ประเมินผลงานที่ได้รับมอบหมาย

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 มีทักษะการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือข้อโต้แย้ง

5.1.2 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม

5.1.3 สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลความหมายและการสื่อสารสารสนเทศ

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงาน และจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ค้นคว้าหาความรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.2.2 จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.2.3 มอบหมายงานที่ให้นักศึกษามีโอกาสค้นคว้า เรียบเรียงข้อมูล พร้อมการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล และสามารถนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างถูกต้อง และให้ความสำคัญในการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากผลงานที่ได้รับมอบหมาย ความสามารถในการอธิบายหรือการตอบคำถาม

5.3.2 ประเมินจากวิธีการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง ท-ป	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้(ถ้ามี)	ผู้สอน
1	•อบรมคุณธรรม ระเบียบวินัยและ กฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับของ มหาวิทยาลัย	3	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเป้าหมายและเค้าโครง รายวิชา 2. ชี้แจงกฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติ และ การวัดผล ประเมินผล 3. แนะนำเทคนิคการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศให้กับผู้เรียน 4. แนะนำการใช้เอกสารประกอบการ สอนและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 5. แนะนำเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับ รายวิชา สื่อการสอน 1. เอกสารตำราหลัก 2. เอกสารประกอบการสอน 3. Power Point	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
2	ลักษณะทั่วไปทางการตลาด	9	กิจกรรมการสอน 1. บรรยาย อธิบายเนื้อหาตาม หัวข้อบทเรียน 2. แนะนำวิธีการศึกษาค้นคว้าด้วย ตนเองจากเว็บไซต์ 3. ให้นักศึกษาซักถามและ แสดงความคิดเห็น 4. ทำแบบฝึกหัดท้ายบท สื่อการสอน 1. เอกสารตำราหลัก 2. เอกสารประกอบการสอน 3. Power Point ในการนำเสนอ ข้อมูล	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
3	ลักษณะและพฤติกรรมกรซื้อ	6	กิจกรรมการสอน 1. บรรยาย อธิบายเนื้อหาตามหัวข้อ	ดร. อาริยา ภูระหงษ์

	<ul style="list-style-type: none"> •ความหมาย ลักษณะและประเภทของแต่ละตลาด •ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตลาดผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค •บทบาทและขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ •รูปแบบและกระบวนการจัดซื้อของตลาดองค์กร 		<p>บทเรียน</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. ให้นักศึกษาซักถามและแสดงความคิดเห็น 3. ทำแบบฝึกหัดท้ายบท <p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารตำราหลัก 2. เอกสารประกอบการสอน 3. Power Point 	
4	พฤติกรรมผู้บริโภค	3	<p>กิจกรรมการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยาย อธิบายเนื้อหาตามหัวข้อบทเรียน 2. ให้นักศึกษาซักถามและแสดงความคิดเห็น 4. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทและส่งผ่านระบบLMS <p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารตำราหลัก 2. เอกสารประกอบการสอน 3. Power Point 	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
5	<p>การแบ่งส่วนตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> •การแบ่งส่วนตลาด •การกำหนดตลาดเป้าหมาย •การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 	3	บรรยายและซักถาม	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
6	ทบทวนเนื้อหาเพื่อเตรียมสอบ	2		ดร. อาริยา ภูระหงษ์
7	กลางภาคสอบกลางภาค			
8	การจัดการสารสนเทศทางการตลาด	3	<p>กิจกรรมการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยาย อธิบายเนื้อหาตามหัวข้อบทเรียน 2. ให้นักศึกษาซักถามและแสดงความคิดเห็น 3. ทำแบบฝึกหัดท้ายบท <p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารตำราหลัก 2. เอกสารประกอบการสอน 4. Power Point 5. LMS 	ดร. อาริยา ภูระหงษ์

9	การตลาดสมัยใหม่	6	กิจกรรมการสอน 1. บรรยาย พร้อมทั้งยกตัวอย่าง 2. ให้นักศึกษาซักถามและ แสดงความคิดเห็น 3. ทำแบบฝึกหัดท้ายบท สื่อการสอน 1. เอกสารตำราหลัก 2. เอกสารประกอบการสอน 3. Power Point	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
10	ธุรกิจสปา	6	กิจกรรมการสอน 1. อธิบายเนื้อหาตามหัวข้อบทเรียน 2. ให้นักศึกษาซักถามและ แสดงความคิดเห็น 3. ทำแบบฝึกหัดท้ายบท 5. สอดแทรกจริยธรรมทางการตลาด สื่อการสอน 1. เอกสารตำราหลัก 2. เอกสารประกอบการสอน 3. แบบฝึกหัด 4. Power Point ในการนำเสนอ	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
11	ธุรกิจบันเทิง	3	กิจกรรมการสอน 1. บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง 2. ให้นักศึกษาซักถามและ แสดงความคิดเห็น 3. สอดแทรกจริยธรรมทางการตลาด และความรับผิดชอบต่อสังคม สื่อการสอน 1. เอกสารตำราหลัก 2. เอกสารประกอบการสอน 3. Power Point ในการนำเสนอ	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
12	ธุรกิจนำเที่ยว	3	กิจกรรมการสอน 1. บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง 2. ให้นักศึกษาซักถามและ แสดงความคิดเห็น 3. สอดแทรกจริยธรรมทางการตลาด และความรับผิดชอบต่อสังคม สื่อการสอน 1. เอกสารตำราหลัก	ดร. อาริยา ภูระหงษ์

			2. เอกสารประกอบการสอน 3. Power Point ในการนำเสนอ	
13	บริการนวดแผนไทย	3	กิจกรรมการสอน 1.บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง 2. ให้นักศึกษาซักถามและ แสดงความคิดเห็น 3. สอดแทรกจริยธรรมทางการตลาด และความรับผิดชอบต่อสังคม สื่อการสอน 1. เอกสารตำราหลัก 2. เอกสารประกอบการสอน 3. Power Point ในการนำเสนอ	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
14	นำเสนอโครงการบรรยาย ประสบการณ์และแนวทางในการ ทำการตลาด	3	กิจกรรมการสอน 1. ให้นักศึกษาซักถามและ แสดงความคิดเห็น สื่อการสอน 1. Power Point ในการนำเสนอ	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
15	สรุปผลโครงการและทบทวน เนื้อหา	3	กิจกรรมการสอน 1. ให้นักศึกษาซักถามและ แสดงความคิดเห็น สื่อการสอน 1. Power Point ในการนำเสนอ	ดร. อาริยา ภูระหงษ์
16	สอบปลายภาค	3		

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจาย
ความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตร สัปดาห์ที่
ประเมิน และสัดส่วนของการประเมิน

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้*	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	คุณธรรม จริยธรรม	ประเมินจากแบบบันทึกผลการปฏิบัติ ตามระเบียบ กฎเกณฑ์ต่างๆ และการ ให้คะแนนจากการกำหนดระเบียบ วินัยในชั้นเรียน การเข้าห้องเรียน การ ตรงต่อเวลา	1-16	10%
2	ความรู้	การสอบระหว่างภาคเรียนและปลาย ภาคเรียนเพื่อวัดประมวลความรู้และ ความเข้าใจตามเนื้อหา	1-16	40%

3	ทักษะทางปัญญา	ประเมินผลจากการทดสอบทั้งการสอบย่อย การสอบกลางภาค และการสอบปลายภาคประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมาย		30%
4	ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้เรียนขณะทำกิจกรรมกลุ่ม		10%
5	ทักษะวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	ประเมินจากวิธีการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		10%

หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

Text:Kotler, P. and Armstrong, G. (2006) Principles of Marketing. Singapore: Pearson International Editor

วิทวัส รุ่งเรืองผล. หลักการตลาด. บริษัท มาร์เก็ตติ้งมูฟ จำกัด.2553

2. เอกสารข้อมูลสำคัญ

วารุณี ต้นติววงศ์วานิชและคณะ. หลักการตลาด. สำนักพิมพ์เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า. 2545

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

Journal of Marketing

เอกสาร E-Learning

4. คณาจารย์สาขาวิชาการตลาด. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 10, กรุงเทพมหานคร:ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น, 2557

5. สุดาตวง เรืองรุจิระ. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 9, กรุงเทพมหานคร: ประกายพริก, 2543

6. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **หลักการตลาด** กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, 2543

7.Kotler& Armstrong. **PRINCIPLES OF MARKETING**pearson education Indochina ltd:2546

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ได้ให้นักศึกษาเข้าประเมินผลการเรียนการสอนทางเว็บไซต์ โดยการนำแนวคิดและความคิดเห็นของนักศึกษาได้ดังนี้

- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา
- ข้อเสนอแนะผ่านเว็บบอร์ดใน LMS ประจำรายวิชาที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสังเกตการสอนของผู้ร่วมทีมการสอน
- ผลการเรียนของนักศึกษา
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอนโดยการจัดกิจกรรมในการ
ระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการ
เรียนรู้ในรายวิชาจากการสอบถามนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผล
การเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิ
ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยตรวจสอบ
ข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์
- เปลี่ยนหรือสลับอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้