

มคอ.3

รายละเอียดของรายวิชา การตลาดสังคม
สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ
คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ภาคเรียนที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2558

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

สภ 343 การตลาดสังคม
HP 343 Social Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

2 (2-0-4)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะสาขา สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ รัตน์ดิพร โกสุวินทร์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชาคนที่ 1
อาจารย์ ดร.พิมลพร เขาวัวพจน์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชาคนที่ 2

อาจารย์ผู้สอน

ลำดับที่	รายชื่อ	สังกัด
1.	อาจารย์ รัฐ สาเรือง	อิสระ
2.	อาจารย์ รัตน์ดิพร โกสุวินทร์	คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3.	อาจารย์ ดร.พิมลพร เขาวัวพจน์	คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน :

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) ไม่มี

8. สถานที่เรียน

ห้อง 306 คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

พฤศจิกายน 2558

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นิสิตมีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพและแนวคิดทางด้านการตลาดสังคม โดยยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม มีทักษะทางปัญญา สามารถประยุกต์ความรู้ที่ได้รับและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทผู้นำและผู้ตามในระบบสุขภาพทุกระดับและในสถานการณ์ที่หลากหลาย มีการใช้ทักษะการแปลงข้อมูลเป็นข่าวสารและการใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ในสถานการณ์ต่างๆ ได้โดยเมื่อเรียนจบวิชานี้แล้ว นิสิตสามารถ

1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการตลาดเพื่อสังคม แนวคิดและปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม
2. มีความรู้ความเข้าใจและสามารถทำการวิเคราะห์ระบบการตลาดสังคมและเครื่องมือการตลาดสังคมได้
3. สามารถวางแผนการตลาด ปรับกลยุทธ์ กลวิธีการตลาดเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. มีความรู้ความเข้าใจในการบริหาร กลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ
5. นิสิตสามารถวิเคราะห์ระบบการตลาดและเงื่อนไขทางสังคมภายใต้สถานการณ์ระบบสุขภาพของสังคมไทย เพื่อก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ
6. นิสิตสามารถประยุกต์ความรู้เรื่องหลักการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการสร้างเสริมสุขภาพ
7. นิสิตสามารถบูรณาการความรู้ด้านการตลาดเพื่อสังคมในงานสร้างเสริมสุขภาพ รวมถึงสามารถประเมินผลการใช้หลักการตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับปรุงรายวิชาให้มีความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และเป็นปัจจุบันตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต การเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาวะสุขภาพ และความก้าวหน้าทางวิชาชีพ

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายและความสำคัญของการตลาดเพื่อสังคม แนวคิดและปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาด โดยคำนึงถึงสังคม ความพึงพอใจของผู้ผลิต และผู้บริโภค กระบวนการในการวางแผนการตลาด ตลอดจนวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในงานส่งเสริมสุขภาพ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การสัมมนา/กรณีศึกษา	การศึกษาด้วยตนเอง (SDL)
22	-	8	60

3. ความรับผิดชอบหลัก/ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. ด้าน คุณธรรม จริยธรรม				2. ด้าน ความรู้			3. ด้าน ทักษะ ทาง ปัญญา			4. ด้าน ทักษะ ความสัม พันธ์ ระหว่าง บุคคล และความ รับผิดชอบ			5. ด้านทักษะ การวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ				6. ด้าน ทักษะการ ปฏิบัติทาง วิชาชีพ		
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
สภ 343 การตลาดสังคม		●			●	●			●		●	●			●	○				

4. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาในครั้งแรกที่ปฐมนิเทศนิสิต ตารางนัดหมาย
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลและรายกลุ่ม 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	1.2 วิธีการสอน	1.3 วิธีการประเมินผล
1. มีคุณธรรม จริยธรรม และ จรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ		
2. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและ สังคม เคารพกฎระเบียบและ ข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม	1. กำหนดระเบียบการเข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบ และการแต่งกาย ตามระเบียบของคณะ	1. ประเมินจากบันทึกการเข้า ห้องเรียนและห้องสอบ
3. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็น ของผู้อื่น		
4. เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่นทั้งในการ ดำรงตนและในการปฏิบัติงาน		

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ	2.2 วิธีการสอน	2.3 วิธีการประเมินผล
1. มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	1. อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	1. การสังเกตการตอบคำถามในชั้นเรียน
2. มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ	1. การสอนบรรยายประกอบสื่อ 2. การสัมมนา เรียนรู้จากกรณีศึกษา และการนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. การมอบหมายให้ทำรายงาน	1. การสอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินจากรายงาน 3. การประเมินโดยใช้แบบประเมินความรู้ในการนำเสนอในชั้นเรียน
3. มีความรู้และความเข้าใจถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ		

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	3.2 วิธีการสอน	3.3 วิธีการประเมินผล
1. สามารถศึกษาข้อมูล แนวคิดหรือหลักฐานใหม่ๆ จากแหล่ง ข้อมูลที่หลากหลายเพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ตลอดชีวิต		
2. สามารถประยุกต์ความรู้ภาคทฤษฎีภาคปฏิบัติ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม	1. การอภิปรายในชั้นเรียนเรื่องการประยุกต์ความรู้เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ 2. การสัมมนาและกรณีศึกษา	1. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย 2. ประเมินจากแบบประเมินการนำเสนอในชั้นเรียนโดยอาจารย์
3. สามารถศึกษาปัญหาที่ค่อนข้างซับซ้อนด้านการส่งเสริมสุขภาพอย่างมีวิจารณญาณ คติวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและเสนอแนวทางในการแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์		

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	4.2 วิธีการสอน	4.3 วิธีการประเมินผล
1. มีปฏิสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ระหว่างบุคคลและ/หรือกลุ่มคน และสามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์	1. การสัมมนา และอภิปรายในชั้นเรียน	1. ประเมินจากสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในทำกิจกรรมกลุ่ม
2. สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทผู้นำและผู้ตามในระบบสุขภาพทุก	1. การถาม-ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมกิจกรรมที่จัดในชั้น

ระดับ และในสถานการณ์ที่ หลากหลาย		เรียน
3. มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ รวมทั้งการพัฒนาตนเองเพื่อพัฒนา วิชาชีพอย่างเหมาะสม		

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศที่ต้องการพัฒนา	5.2 วิธีการสอน	5.3 วิธีการประเมินผล
1. สามารถศึกษาวิเคราะห์และทำ ความเข้าใจในประเด็นปัญหาทาง สุขภาพ โดยเลือกและประยุกต์ใช้ เทคนิคทางคณิตศาสตร์หรือสถิติที่ เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสมในการศึกษา ค้นคว้าและเสนอแนะแนวทางในการ แก้ปัญหา		
2. สามารถแปลงข้อมูลเป็นข่าวสารที่มี คุณภาพและเหมาะสมต่อการ สื่อสารทั้งกับบุคคลและกลุ่มคนใน สถานการณ์ที่หลากหลาย และ นำไปใช้ในการส่งเสริมสุขภาพได้อย่าง เหมาะสม	1. มอบหมายงานให้จัดเตรียมข้อมูล และนำเสนอในชั้นเรียน	1 ประเมินจากรายงานที่ได้รับ มอบหมาย 2. ประเมินจากการสังเกตในชั้นเรียน
3. สามารถสื่อสาร ได้อย่างมี ประสิทธิภาพและเหมาะสมกับ สถานการณ์ บุคคลและกลุ่มคน	1. การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการ สัมมนาในชั้นเรียนโดยมีรูปแบบที่ เหมาะสมกับผู้ฟัง	1. ประเมินจากแบบประเมินทักษะ การสื่อสารระหว่างการนำเสนอในชั้น เรียน
4. สามารถเลือกและมีทักษะในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บ รวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปล ความหมายและนำเสนอข้อมูล สารสนเทศได้อย่างเหมาะสม (ไม่ ประเมิน)	-	-

6. ทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ (ไม่ประเมินผล)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	วันที่สอน	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	15 มค. 2559	ชี้แนวทางการเรียนการสอน และ ทบทวนความรู้เดิมด้านการตลาด เพื่อสังคม	2	-	-	- ชี้แจงระเบียบการเข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบ และการแต่งกาย	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตนดิพร
2	20 มค. 2559	ปรัชญา แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
3		การวิเคราะห์ระบบการตลาดและ เครื่องมือการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
4	27 มค. 2559	การวางแผนการตลาด กลยุทธ์ กลวิธีการตลาดเพื่อการสร้างเสริม สุขภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
5		การบริหารการตลาดเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
6	2 กพ. 2559	กลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาด เพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
7		วิเคราะห์ระบบตลาดภายใต้สถานการณ์ระบบสุขภาพของสังคมไทยในปัจจุบัน	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
8	12 กพ. 2559	สัมมนา: การสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ	-	-	2	- สัมมนา - แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน - ร่วมกันสรุปบทเรียนที่เกิดขึ้น	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมล พร อ.รัตนดิพร
9	19 กพ. 2559	สอบกลางภาค	2	-	-	- สอบทฤษฎี	-	อ.รัตนดิพร
10	23 กพ. 2559	การวิเคราะห์เงื่อนไขทางสังคมเพื่อ ก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มี ประสิทธิภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมล พร

สัปดาห์ที่	วันที่สอน	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
11	2 มี.ค. 2559	การประยุกต์หลักการตลาดเพื่อสังคมในงานสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยน - ความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตน์ดิพร
12	11 มี.ค.2559	สัมมนา: การประยุกต์ใช้การตลาดเพื่อสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	-	-	2	- สัมมนา - แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน - ร่วมกันสรุปบทเรียนที่เกิดขึ้น	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตน์ดิพร อ.ดร.พิมลพร
13	18 มี.ค.2559	การบูรณาการการตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตน์ดิพร
14	21 มี.ค.2559	กรณีศึกษา : การบูรณาการการตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	-	-	2	- นำเสนอกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน - ร่วมกันสรุปบทเรียนที่เกิดขึ้น	- Computer - LCD Visualizer	อ.รัตน์ดิพร อ.ดร.พิมลพร
15	1 เมย.2559	การประเมินผลการใช้หลักการตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร
16	22 เมย.2559	Seminar: การประเมินผลใช้หลักการตลาดเพื่อสังคมสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	-	-	2	- สัมมนา - แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน - ร่วมกันสรุปบทเรียนที่เกิดขึ้น	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร อ.รัตน์ดิพร
17	29 เมย.2559	สอบปลายภาค	2	-	-	-	-	อ.ดร.พิมลพร

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม	ผลการเรียนรู้	วิธีการ	สัปดาห์	สัดส่วน
1	2.1, 2.2, 3.2, 5.2 (5.3)	สอบกลางภาค	9	40
2	2.1, 2.2, 3.2, 5.2 (5.3)	สอบปลายภาค	17	40
3	1.2, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1, 4.2 5.2 (5.3)	การนำเสนอผลการสัมมนา และกรณีศึกษา	8,12,14,16	10
4	1.2, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1, 4.2 5.2 (5.3)	รายงาน	8,12,14,16	10

การประเมินผลการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ :

มาตรฐานผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	ร้อยละ
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	1. ประเมินโดยใช้แบบบันทึก การปฏิบัติตามกฎระเบียบการเข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบตรงต่อเวลา	10
2. ด้านความรู้	1. สอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินโดยใช้แบบประเมิน การสัมมนาและการนำเสนอ โดยอาจารย์	35
3. ด้านทักษะทางปัญญา	1. สอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินโดยใช้แบบประเมิน การสัมมนา และการนำเสนอ โดยตนเอง เพื่อนนิสิตและ อาจารย์มีส่วนร่วมในชั้นเรียน	35
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	1. ประเมินความรับผิดชอบ โดยการสังเกตในการเรียนรู้ การส่งงาน ความถูกต้องของงาน ที่ได้รับมอบหมายโดย อาจารย์	15
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1. ประเมินวิธีการสื่อสารโดยใช้แบบประเมินการนำเสนอ ในชั้นเรียน (วิธีการสื่อสาร/รูปแบบสื่อ) โดยอาจารย์	5

เกณฑ์การพิจารณาตัดเกรด :

1. ใช้การประเมินผลแบบกลุ่ม
2. นิสิตต้องเข้าเรียนครบร้อยละ 80 จึงจะมีสิทธิ์การสอบ
3. นิสิตต้องได้คะแนนการสอบภาคทฤษฎีมากกว่าร้อยละ 50 และมีคะแนนภาคปฏิบัติมากกว่าร้อยละ 60 จึงจะถือว่าสอบผ่าน

หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

1. พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2540). การตลาดเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
2. ปณิศา ลัญจนาพันธ์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
3. สุชาวดี ยิ้มดี. (2547). การตลาดเบื้องต้นในบริการสุขภาพ. กรุงเทพฯ: หจก. จิรัชการพิมพ์.
4. Peter Spalton เรียนลัดการตลาด (2557) แปลโดย สุนีย์รัตน์ ลิ้มปณวิวิท กรุงเทพฯ: บริษัทเอ็กเปอร์เน็ท จำกัด. ต้นฉบับเดิมชื่อ Marketing Secrets

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1. Kotler, P. การตลาดฉบับคอตเลอร์ Kotler on marketing. (2560) แปลและเรียบเรียงโดย เมธา ฤทธานนท์). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ BrandAge books. ต้นฉบับเดิมชื่อ Kotler on marketing: how to create, win, and dominate markets.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

1. กลุ่มงานสนับสนุนงานการตลาดเพื่อสังคม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส)

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

1. สังเกตปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอน กับ ผู้เรียน การมีส่วนร่วมในการซักถาม อภิปราย
2. ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาในแบบประเมินที่สาขาวิชาจัดทำขึ้น
3. การประเมินผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

1. ผลการสอบ และผลงานจากการเรียนรู้ที่ได้รับมอบหมาย
2. การทวนสอบและประเมินผลการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

1. พิจารณาอาจารย์ผู้สอนให้เหมาะสม เนื่องจากที่ผ่านมาเน้นเฉพาะการสื่อสารทางการตลาด
2. เพิ่มชั่วโมงการลงมือปฏิบัติการตลาดเพื่อสังคม

4. การทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบจากการตรวจผลการประเมินการให้คะแนน/เกรดกับข้อสอบ และรายงาน โดยคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

1. ปรับปรุงรายวิชาทุกปีตามผลการสัมมนา
2. ปรับปรุงรายวิชาตามรอบการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี