

มคอ.3

รายละเอียดของรายวิชา สก 343 การตลาดเพื่อสังคม
 สาขาการส่งเสริมสุขภาพ
 คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 ภาคเรียนที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2560

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

สก 343 การตลาดเพื่อสังคม
 HP 343 Social Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

2(2-0-4)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (การส่งเสริมสุขภาพ)
 ประเภทวิชา วิชาเฉพาะสาขา

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ รัตน์ดิพร โกสุรินทร์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 1
 อาจารย์ ดร.พิมลพร เชาวน์ไวพจน์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 2

อาจารย์ผู้สอน

ลำดับที่	รายชื่อ	สังกัด
1.	อาจารย์ รัฐ สาเรือง	อิสระ
2.	อาจารย์ ดร.พิมลพร เชาวน์ไวพจน์	คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3.	อาจารย์ ดร.อ้อมใจ แต่เจริญวิริยะกุล	คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน :

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

ภาคทฤษฎี ห้อง 307 คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

พฤศจิกายน 2560

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้บัณฑิตสามารถอธิบายสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพและแนวคิดทางด้าน การตลาดสังคม โดยยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม มีทักษะทางปัญญา สามารถประยุกต์ความรู้ที่ได้รับและนำไปใช้ ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม มีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ระหว่างบุคคลและ/ หรือกลุ่มคน สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทผู้นำและผู้ตามในระบบสุขภาพทุกระดับและในสถานการณ์ที่ หลากหลาย มีการใช้ทักษะการแปลงข้อมูลเป็นข่าวสารและการใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ในสถานการณ์ต่างๆ ได้ โดยเมื่อเรียนจบวิชานี้แล้ว บัณฑิตสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับปรัชญา แนวคิด และทฤษฎีทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม
2. อธิบายและสามารถทำการวิเคราะห์ระบบการตลาดสังคมและเครื่องมือการตลาดสังคมได้
3. อธิบายและสามารถวางแผนการตลาด เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพให้เหมาะสมกับ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. อธิบายการบริหารการตลาดเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ
5. อธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อสังคม
6. อธิบายและสามารถวิเคราะห์ระบบตลาดภายใต้สถานการณ์ระบบสุขภาพของสังคมไทยในปัจจุบัน
7. อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคในการตลาด การวางแผนการสื่อสารการตลาด และการส่งเสริม การตลาดเพื่อสังคมได้
8. สามารถวิเคราะห์เงื่อนไขทางสังคมเพื่อก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพได้
9. การประยุกต์การตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพและการประเมินผลการใช้หลักการตลาด เพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับปรุงรายวิชาให้มีความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของสำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษา และเป็นปัจจุบันตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต การเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ เกี่ยวข้องกับภาวะสุขภาพ และความก้าวหน้าทางวิชาชีพ

3. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (Course Learning Outcome)

CLO	รายละเอียด	PLO
CLO 1	อธิบายแนวคิดและองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาดสังคม หลักการ การสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผนการตลาด ตัดสินใจทางการ ตลาด กระบวนการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ	PLO1
CLO 2	ใช้หลักการ การสื่อสารทางการตลาดและกระบวนการการตลาดสังคม ในการ ออกแบบกิจกรรมหรือโครงการส่งเสริมสุขภาพ	PLO3, 4, 11

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายและความสำคัญของการตลาดเพื่อสังคม แนวคิดและปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาด โดยคำนึงถึงสังคม ความพึงพอใจของผู้ผลิต และผู้บริโภค กระบวนการในการวางแผนการตลาด ตัดสินใจทางการตลาด ตลอดจนวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในงานส่งเสริมสุขภาพ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การสัมมนา/กรณีศึกษา	การศึกษาด้วยตนเอง (SDL)
24	-	6	60

3. ความรับผิดชอบหลัก/ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	๑. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				๒. ด้านความรู้			๓. ด้านทักษะทางปัญญา			๔. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			๕. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				๖. ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ			
	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 2 ชั่วโมง/สัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	1.2 วิธีการสอน	1.3 วิธีการประเมินผล
1. มีคุณธรรม จริยธรรม และ จรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ	-	-
2. มีความรับผิดชอบต่อนตนเองและสังคม เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม	1. กำหนดระเบียบการเข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบ	1. ประเมินจากบันทึกการเข้าห้องเรียนและห้องสอบ การส่งงานที่ได้มอบหมาย
3. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น	-	-
4. เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่นทั้งในการดำรงตนและในการปฏิบัติงาน	-	-

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ	2.2 วิธีการสอน	2.3 วิธีการประเมินผล
1. มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	1. อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินสัมมนาในชั้นเรียน
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. สามารถศึกษาปัญหาที่ค่อนข้างซับซ้อนด้านการส่งเสริมสุขภาพอย่าง		

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	3.2 วิธีการสอน	3.3 วิธีการประเมินผล
มีวิจารณ์ญาณ คติวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและเสนอแนวทางในการแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์	-	-

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	4.2 วิธีการสอน	4.3 วิธีการประเมินผล
1. มีปฏิสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ระหว่างบุคคลและ/หรือกลุ่มคน และสามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์	1. การสัมมนา และอภิปรายในชั้นเรียน	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินสัมมนาในชั้นเรียน
2. สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทผู้นำและผู้ตามในระบบสุขภาพทุกระดับ และในสถานการณ์ที่หลากหลาย	1. การถาม-ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. การประเมินโดยใช้แบบประเมินสัมมนาในชั้นเรียน
3. มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ รวมทั้งการพัฒนาตนเองเพื่อพัฒนาวิชาชีพอย่างเหมาะสม	-	-

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องการพัฒนา	5.2 วิธีการสอน	5.3 วิธีการประเมินผล
1. สามารถศึกษาวิเคราะห์และทำความเข้าใจในประเด็นปัญหาทางสุขภาพ โดยเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์หรือสถิติที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสมในการศึกษาค้นคว้าและเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหา	-	-
2. สามารถแปลงข้อมูลเป็นข่าวสารที่มีคุณภาพและเหมาะสมต่อการสื่อสารทั้งกับบุคคลและกลุ่มคนในสถานการณ์ที่หลากหลาย และนำไปใช้ในการส่งเสริมสุขภาพได้อย่างเหมาะสม	1. มอบหมายงานให้จัดเตรียมข้อมูลและนำเสนอในชั้นเรียน	1. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย 2. ประเมินจากการสังเกตในชั้นเรียน
3. สามารถสื่อสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ บุคคลและกลุ่มคน	1. การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมมนาในชั้นเรียนโดยมีรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้ฟัง	1. ประเมินจากแบบประเมินทักษะการสื่อสารระหว่างการนำเสนอในชั้นเรียน

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องการพัฒนา	5.2 วิธีการสอน	5.3 วิธีการประเมินผล
4. สามารถเลือกและมีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมายและนำเสนอข้อมูลสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม	-	-

6. ทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ (ไม่ประเมินผล)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	วันที่สอน	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	12 ม.ค.61	บรรยาย -ปรัชญา แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
		บรรยาย -การวิเคราะห์ระบบการตลาดและเครื่องมือการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
2	19 ม.ค.61	บรรยาย -การวางแผนการตลาด กลยุทธ์ กลวิธีการตลาดเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
		บรรยาย -การบริหารการตลาดเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
3	26 ม.ค.61	บรรยาย -กลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
		บรรยาย -วิเคราะห์ระบบตลาดภายใต้สถานการณ์ระบบสุขภาพของสังคมไทยในปัจจุบัน	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
4	2 ก.พ.61	สอบกลางภาค	2	-	-	- สอบทฤษฎี	-	อ.ดร.พิมลพร
5	7 ก.พ.61	บรรยาย -พฤติกรรมผู้บริโภคในการตลาด	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร
6	14 ก.พ. 61	บรรยาย -การวางแผนการสื่อสารการตลาด	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร

สัปดาห์ที่	วันที่สอน	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
7	21 ก.พ. 61	บรรยาย -การส่งเสริมการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร
8	28 ก.พ. 61	บรรยาย -การวิเคราะห์เงื่อนไขทางสังคมเพื่อ ก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มี ประสิทธิภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร
9	7 มี.ค. 2561	สัมมนา -สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาดสังคม ในงานส่งเสริมสุขภาพ	-	-	2	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้น เรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร อ.อ้อมใจ
10	14 มี.ค. 2561	บรรยาย -การประยุกต์การตลาดเพื่อสังคมในการ สร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร
11	21 มี.ค. 2561	บรรยาย -การประเมินผลการใช้หลักการตลาด เพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้น เรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร
12	28 มี.ค. 2561	สัมมนา -การประเมินผลใช้หลักการตลาดเพื่อ สังคมสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	-	-	2	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้น เรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร อ.อ้อมใจ
13	4 เม.ย. 2561	สัมมนา -สรุปการดำเนินงานการตลาดเพื่อสังคม ในการสร้างเสริมสุขภาพ	-	-	2	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้น เรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร อ.อ้อมใจ
14	18 เม.ย. 2561	สอบปลายภาค	2	-	-	- สอบทฤษฎี	-	อ.ดร.พิมลพร

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม	ผลการเรียนรู้	วิธีการ	สัปดาห์	สัดส่วน (%)
1	2.1, 2.2, 3.2, 5.2 (5.3)	สอบกลางภาค	6	40
2	2.1, 2.2, 3.2, 5.2 (5.3)	สอบปลายภาค	16	40
3	1.2, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1, 4.2 5.2 (5.3)	การนำเสนอผลการสัมมนา	12, 13	10
4	1.2, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1, 4.2 5.2 (5.3)	รายงานกลุ่ม	12, 13	10

การประเมินผลการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ :

มาตรฐานผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	ร้อยละ
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	1.ประเมินโดยใช้แบบบันทึก การปฏิบัติตาม กฎระเบียบการเข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบตรง ต่อเวลา	10

2. ด้านความรู้	1. สอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนาและการนำเสนอ โดยอาจารย์	35
3. ด้านทักษะทางปัญญา	1. สอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนา และการนำเสนอ โดยตนเอง เพื่อนนิสิตและอาจารย์มีส่วนร่วมในชั้นเรียน	35
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	1. ประเมินความรับผิดชอบโดยการสังเกตในการเรียนรู้ การส่งงาน ความถูกต้องของงาน ที่ได้รับมอบหมายโดยอาจารย์	15
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1. ประเมินวิธีการสื่อสารโดยใช้แบบประเมินการนำเสนอในชั้นเรียน (วิธีการสื่อสาร/รูปแบบสื่อ) โดยอาจารย์	5

เกณฑ์การพิจารณาตัดเกรด :

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

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

1. พรทิพย์ สัมปตตะวนิช. (2540). การตลาดเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
2. ปณิศา ลัญชันนที. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
3. สุชาติ ยิ้มดี. (2547). การตลาดเบื้องต้นในบริการสุขภาพ. กรุงเทพฯ: หจก. จิรัชการพิมพ์.
4. Peter Spalton เรียนการตลาด (2557) แปลโดย สุนีย์รัตน์ ลิ้มปณวิวิธ 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. การตอบคำถามของอาจารย์และเพื่อนนิสิตในชั้นเรียน
2. สังเกตปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอน กับ ผู้เรียน การมีส่วนร่วมในการซักถาม อภิปราย
3. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาในแบบประเมินที่สาขาวิชาจัดทำขึ้น

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

1. การสังเกตการสอนของผู้สอนโดยทีมผู้ร่วมสอน
2. ผลการสอบ และผลงานจากการเรียนรู้ที่ได้รับมอบหมาย
3. การทวนสอบและประเมินผลการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

1. ประสานงานกับอาจารย์พิเศษให้บรรยายตามชั่วโมงการสอนที่จัดให้

4. การทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

1. การทวนสอบจากการตรวจผลการประเมินการให้คะแนน/เกรดกับข้อสอบ และรายงาน โดย คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

1. ปรับปรุงรายวิชาทุกปีตามผลการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
2. ปรับปรุงรายวิชาตามรอบการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี