

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก วิทยาลัยบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา DMR201 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
2. จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต (3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทรายวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาแกน
4. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้ (ถ้ามี) ไม่มี
5. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน 01, 02, 03, 04,05 และ 06 ดร.สุมาลี สว่าง อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.วรพจน์ ศิริชาลีย์ อาจารย์ผู้สอน อ.มนัสนันท์ ดั่งวงศ์พิทักษ์ อาจารย์ผู้สอน
6. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568
7. สถานที่เรียน อาคารประสิทธิ์รัตน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต ห้อง 2-110 (วันจันทร์ เวลา 09:00-11:50 น.) ห้อง 2-110 (วันจันทร์ เวลา 12:00-14:50 น.) ห้อง 2-108 (วันจันทร์ เวลา 15:00-17:50 น.) ห้อง 2-110 (วันพฤหัสบดี เวลา 9:00-11:50 น.) ห้อง 2-110 (วันพฤหัสบดี เวลา 12:00-14:50 น.)

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดจนสามารถอธิบายความหมาย และความสำคัญของการตลาดตลอดจนกระบวนการ หน้าที่ และสภาพแวดล้อมของการตลาดที่มีต่อการดำเนินชีวิตได้อย่างถูกต้อง สามารถกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย เพื่อการตอบสนองความต้องการได้อย่างชัดเจนเหมาะสม และคาดการณ์แนวโน้ม การตัดสินใจของตลาดผู้บริโภคและตลาดองค์กรภายใต้การแปรเปลี่ยนไปของสภาวะแวดล้อมได้อย่างถูกต้อง

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดที่ถูกต้อง
2. เพื่อให้ นักศึกษาและอาจารย์เข้าใจสถานการณ์ทางการตลาด ในระดับที่สามารถทำวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่องานด้านการตลาดในปัจจุบันได้
3. เพื่อนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นประโยชน์โดยประยุกต์เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหารายวิชาทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา			
บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย และสอนเสริมเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันทางการตลาด	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล			
- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาที่หน้าห้องพักอาจารย์ และบอร์ดประกาศที่ห้องหลักสูตร			
- อาจารย์ให้คำปรึกษาท้ายชั่วโมงเรียน			

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

นักศึกษาต้องมีคุณธรรม จริยธรรมเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมอย่างราบรื่น และเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เช่น อาจารย์ที่สอนในแต่ละวิชาต้องพยายามสอดแทรกเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งต่อไปนี้ทั้ง 4 ข้อ เพื่อให้นักศึกษาสามารถพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมไปพร้อมกับวิทยาการต่าง ๆ ที่ศึกษา รวมทั้งอาจารย์ต้องมีคุณสมบัติด้านคุณธรรม จริยธรรมอย่างน้อย 4 ข้อ ดังนี้

1. มีความตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ ซื่อสัตย์ สุจริต และมีจิตอาสา
2. มีวินัย เคารพกฎระเบียบ ตรงต่อเวลา รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
3. มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะ และสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. มีความเคารพในสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

1. บรรยายเนื้อหา โดยใช้ PowerPoint พร้อมทั้งยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและเหตุการณ์ทางการจัดการการค้าปลีก
2. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดภายในชั้นเรียน
3. ใช้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางการตลาด
4. สอนนักศึกษาถึงหน้าที่ของตนเอง ความซื่อสัตย์สุจริตของตนเอง ตลอดจนถึงในหน้าที่การทำงาน และการคำนึงถึงส่วนรวม

1.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินจากตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนด

ระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

2. ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร
3. ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ
4. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

นักศึกษาต้องมีความรู้เกี่ยวกับสาขาวิชาที่ศึกษา เพราะต้องเป็นสิ่งที่นักศึกษาต้องใช้ประกอบอาชีพและช่วยพัฒนาสังคม ดังนั้นมาตรฐานความรู้ต้องครอบคลุม 3 ข้อ ต่อไปนี้

1. มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของรายวิชา
2. มีความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนา ศักยภาพความเป็นมนุษย์ที่

สมบูรณ์

3. มีความสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างยั่งยืน

4. มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจรวมทั้งความเข้าใจในสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลง

การทดสอบมาตรฐานนี้สามารถทำได้โดยการทดสอบจากข้อสอบของแต่ละวิชาในชั้นเรียน ตลอดระยะเวลาที่นักศึกษาอยู่ในหลักสูตร

2.2 วิธีการสอน

- ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎี และประยุกต์ใช้ทางปฏิบัติใน
- สภาพแวดล้อมจริง โดยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชาตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้น ๆ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง ตลอดจนฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

2.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การทดสอบย่อย
2. การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
3. ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
4. ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ
5. ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- นักศึกษาต้องสามารถพัฒนาตนเองและประกอบวิชาชีพได้โดยพึ่งตนเองได้เมื่อจบการศึกษา

แล้ว ดังนั้นนักศึกษาจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะทางปัญญาไปพร้อมกับคุณธรรม จริยธรรม และความรู้เกี่ยวกับสาขาวิชาที่ศึกษา ในขณะที่สอนนักศึกษา อาจารย์ต้องเน้นให้

นักศึกษาคิดหาเหตุผล เข้าใจที่มาและสาเหตุของปัญหา วิธีการแก้ปัญหา รวมทั้งแนวคิดด้วยตนเอง ไม่สอนในลักษณะท่องจำ นักศึกษาต้องมีคุณสมบัติต่าง ๆ จากการสอนเพื่อให้เกิดทักษะทางปัญญา 3 ข้อ ดังนี้

- 1. สามารถเป็นนักคิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ
- 2. มีความสามารถในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อความเข้าใจ และแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์
- 3. มีความสามารถในการประเมินสถานการณ์ และสรุปประเด็นปัญหา เพื่อนำไปแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริง

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

นักศึกษาต้องออกไปประกอบอาชีพซึ่งส่วนใหญ่ต้องเกี่ยวข้องกับคนที่ไม่รู้จักมาก่อน คนที่มาจากสถาบันอื่น ๆ และคนที่จะมาเป็นผู้บังคับบัญชา หรือคนที่จะมาอยู่ใต้บังคับบัญชา ความสามารถที่จะปรับตัวให้เข้ากับกลุ่มคนต่าง ๆ เป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นอาจารย์ต้องสอดแทรกวิธีการที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติต่าง ๆ ต่อไปนี้ให้นักศึกษาระหว่างที่สอน โดยให้นักศึกษามีทักษะ 4 ข้อ ดังนี้

4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น ข้ามหลักสูตร หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือผู้มีประสบการณ์ โดยมีความคาดหวังในผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูลที่ได้

5. ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- นักศึกษาต้องมีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ 3 ข้อ ดังนี้
- 1. มีทักษะและสามารถประยุกต์ความรู้ทางคณิตศาสตร์และสถิติ เพื่อการทำงานอย่างเป็น

ระบบ

2. มีความสามารถสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานในองค์กรและบุคคลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

3. มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์

การวัดมาตรฐานนี้อาจทำได้ในระหว่างการสอน โดยอาจให้นักศึกษาแก้ปัญหา วิเคราะห์ประสิทธิภาพของวิธีแก้ปัญหา และให้นำเสนอแนวคิดของการแก้ปัญหา ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพ ต่อนักศึกษาในชั้นเรียน อาจมีการวิจารณ์ในเชิงวิชาการระหว่างอาจารย์และกลุ่มนักศึกษา

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน				
สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	- ชี้แจงและทำความเข้าใจถึงขอบข่ายเนื้อหาวิชา - อธิบายวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ - แผนการบรรยาย - เอกสาร และตำราที่ใช้ประกอบในการเรียนรู้ - เกณฑ์การให้คะแนน บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาด	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทางการตลาด	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พิทักษ์
2	บทที่ 2 การบริหารกิจกรรมทางการตลาด - การบริหารกิจกรรมทางการตลาด	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทางการตลาด	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พิทักษ์
3	บทที่ 3 สภาพแวดล้อมทางการตลาด - สภาพแวดล้อมจุลภาคของกิจการ - สภาพแวดล้อมมหภาคของกิจการ สัปดาห์ที่	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทางการตลาด	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พิทักษ์
4	บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค - แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ของ	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง

	ผู้บริโภค		เหตุการณ์ปัจจุบัน ทางการตลาด	พิทักษ์
5	บทที่ 5 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด - การแบ่งส่วนตลาด - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - การวางตำแหน่งทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	3	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พิทักษ์
6	บทที่ 5 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์กรณีศึกษา STP	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทางการตลาด	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พิทักษ์
7	บทที่ 5 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (ต่อ) - นำเสนอกรณีศึกษาจากแบบฝึกหัดของนักศึกษาในเนื้อหาบทเรียน	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทางการตลาด	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พิทักษ์
8	สอบกลางภาค	1.30		ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พิทักษ์
9	บทที่ 6 ผลิตภัณฑ์ - ความหมายของผลิตภัณฑ์ - ประเภทของผลิตภัณฑ์ - การตัดสินใจเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ - การตัดสินใจเกี่ยวกับสายผลิตภัณฑ์	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทางการตลาด	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พิทักษ์
10	บทที่ 7 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทางการตลาด	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พิทักษ์
11	บทที่ 9 ช่องทางการจัดจำหน่าย	3	บรรยาย	ดร.สุมาลี,

	- ความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่าย - จำนวนระดับช่องทางการจัดจำหน่าย - พฤติกรรมช่องทางการจัดจำหน่ายและ องค์กร - การตัดสินใจออกแบบช่องทางการจัด จำหน่าย		ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบันทางการตลาด	ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พัทธ์พงษ์
12	บทที่ 10 การสื่อสารทางการตลาด : การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ - การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ - การโฆษณา - การประชาสัมพันธ์	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบันทางการตลาด	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พัทธ์พงษ์
13	บทที่ 11 การสื่อสารทางการตลาด : การขายโดยบุคคลและการส่งเสริมการขาย - การขายโดยบุคคล - การส่งเสริมการขาย บทที่ 12 การสื่อสารทางการตลาด : การตลาดทางตรงและการตลาดออนไลน์ - การตลาดทางตรงและการตลาดออนไลน์	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบันทางการตลาด	ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พัทธ์พงษ์
14	การนำเสนอแผนการตลาด	3		ดร.สุมาลี, ดร.วรพจน์, อ. มนัสนันท์ ด้วง พัทธ์พงษ์
15	สอบปลายภาค	2		

2. แผนการประเมินการเรียนรู้				
กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล

1	1.1.1, 1.1.3, 1.1.4, 4.1.1	การเข้าชั้นเรียนและ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ตลอดภาค การศึกษา	5%
2	1.1.3, 1.1.4	ระเบียบวินัยและการแต่งกาย	ตลอดภาค การศึกษา	5%
3	2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 3.1.3, 3.1.4, 4.1.1 5.1.3, 5.1.4	ทดสอบย่อยและ งานที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	10%
4	2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 3.1.3, 3.1.4, 4.1.1, 5.1.3, 5.1.4	โครงงานและการนำเสนอ	15, 16	20%
5	2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 3.1.4	การสอบกลางภาค การสอบปลายภาค	8 16	20% 40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. หนังสือ ตำรา และเอกสารประกอบการสอนหลัก
ดร.วรพจน์ ศิริชาลีชัย. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา DMR 201 หลักการตลาด, สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก มหาวิทยาลัยรังสิต, 2565. คอตเลอร์, ฟิลลิป. หลักการตลาด. แปลจาก Marketing : An Introduction, 9th Editon. แปลและเรียบเรียงโดย นันทสारी สุขโต, และคณะ. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2558.
2. หนังสือ เอกสาร และข้อมูลอ้างอิง ที่สำคัญ
Kotler, Philip, and Armstrong, Gary. Marketing: An Introduction. 9th ed. New Jersey: Pearson Education Indochina, 2012.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา มีกระบวนการดังนี้ 1.1 การสนทนากลุ่มระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน

1.2 การประเมินผลสัมฤทธิ์และความสำเร็จของตนเอง 1.3 แบบประเมินผู้สอน กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ผ่านระบบ Online ของวิทยาลัย 1.4 ข้อเสนอแนะผ่านเว็บบอร์ด ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา
--

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน การเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน มีกลยุทธ์ดังนี้ 2.1 การสังเกตการสอนของผู้ร่วมทีมการสอน 2.2 การสังเกตการสอนของคณะกรรมการวิชาการคณะและสำนักวิชา 2.3 ผลงานและผลการเรียนของนักศึกษา 2.4 การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้
3. การปรับปรุงการสอน นำผลการประเมินในข้อ 1 และข้อ 2 มาปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมดังนี้ 3.1 จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างอาจารย์ในสาขาวิชาและสำนักวิชา เกี่ยวกับกิจกรรมการสอน การจัดทำสื่อ การออกข้อสอบและการตัดเกรด 3.2 จัดสัมมนาการเรียนการสอน 3.3 การวิจัยในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน
4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในรายวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชา ดังนี้ 4.1 การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิ 4.2 มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการเรียนรู้ของนักศึกษา 4.3 ตรวจสอบข้อสอบ การตรวจรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ การให้คะแนนพฤติกรรม และเกณฑ์การตัดเกรด
5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุง

การสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

5.1 ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

5.2 ปรับปรุงกิจกรรมและเทคนิคการสอน รวมทั้งพัฒนาสื่อการเรียนการสอนให้เอื้อต่อการเรียนรู้

เพิ่มเติมองค์ความรู้ และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับรายวิชา