



มหาวิทยาลัยรังสิต

รายละเอียดของรายวิชา

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง ฉบับปี พ.ศ. 2568

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

IMC115	การเขียนเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา	3 (3-0-6)
	(Writing and Communicating in Content Marketing)	
วิชาบังคับร่วม	-	
วิชาบังคับก่อน	-	
ภาคการศึกษา	1/2568	
กลุ่ม	01, 02	
ประเภทของวิชา	☐ วิชาปรับพื้นฐาน ☐ วิชาศึกษาทั่วไป ☒ วิชาเฉพาะ ☐ วิชาเลือกเสรี	
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ	อาจารย์ประจำ
อาจารย์ผู้สอน	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ	☒ อาจารย์ประจำ ☐ อาจารย์พิเศษ
สถานที่สอน	อาคาร 15 มหาวิทยาลัยรังสิต	☒ ในที่ตั้ง ☐ นอกที่ตั้ง
วันที่จัดทำ	12 สิงหาคม 2568	

หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ของรายวิชาและส่วนประกอบของรายวิชา

1. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และรูปแบบของการเขียนเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา
- 2) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ข้อความเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาสำหรับสื่อต่าง ๆ อย่างถูกต้อง
- 3) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้และเข้าใจในขั้นตอนของการพัฒนาความคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อที่จะเขียนข้อความเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาให้เหมาะสมกับสื่อต่าง ๆ ต่อไป

- 4) เพื่อฝึกนักศึกษาให้มีทักษะการเขียนข้อความเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาสำหรับสื่อต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 5) เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ วิวิจารณ์ และประเมินงานเขียนเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาได้

2. คำอธิบายรายวิชา

แนวความคิด หลักการเขียนสคริปต์และข้อความรูปแบบต่างๆเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา การเขียนสคริปต์หลักและสคริปต์พิธีกรงานอีเว้นต์ การเขียนเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบและแอปพลิเคชันไลน์ ดิจต็อกและอินสตาแกรม การฝึกปฏิบัติการเขียนสคริปต์ และข้อความรูปแบบต่างๆเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาให้เกิดประสิทธิผล การวิเคราะห์ วิวิจารณ์ เปรียบเทียบและประเมินงานเขียนสคริปต์และข้อความรูปแบบต่างๆเพื่อการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา โดยการใช้กระบวนการกลุ่ม

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา

มี3.....ชั่วโมง/สัปดาห์

☒ e-mail: chutimun.l@rsu.ac.th

☐ Facebook:.....

☐ Line:.....

☐ อื่น ระบุ.....

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs):

- 1) สามารถค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหา
- 2) มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และภาคธุรกิจ
- 3) มีความสนใจใฝ่รู้ ติดตามการเปลี่ยนแปลงของการตลาด เทคโนโลยีและผู้บริโภค เพื่อสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหาที่เหมาะสม

หมวดที่ 3 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาผลการเรียนรู้รายวิชาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง มีดังต่อไปนี้

วิชา IMC115 การเขียนเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา		ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิ			
การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อย (Sub PLOs)	1.ความรู้	2.ทักษะ	3.จริยธรรม	4.ลักษณะส่วนบุคคล
PLO2: บัณฑิตสามารถดำเนินการศึกษาวิเคราะห์วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ดำเนินการสร้างสรรค์และการสื่อสารแบรนด์ ตลอดจนติดตามและประเมินผล การสื่อสารและคุณค่าแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม	PLO 2.1 บัณฑิตมีความสามารถด้านการรวบรวม วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์และสื่อสารแบรนด์ที่เหมาะสม		2.1 สามารถค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์และสื่อสารแบรนด์ที่เหมาะสม		
PLO3: บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยรวม	PLO 3.2 บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม			3.2 มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม	
PLO4: บัณฑิตมีความสนใจใฝ่รู้ ว่องไวต่อการเปลี่ยนแปลง และสามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานได้	PLO 4.1 บัณฑิตเป็นผู้มีความสนใจใฝ่รู้ ติดตามการดำเนินงานการตลาดของธุรกิจต่างๆ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ และสามารถประยุกต์ใช้กับสื่อสารการตลาดและแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม				4.1 มีความสนใจใฝ่รู้ ติดตามการดำเนินงานการตลาดของธุรกิจต่างๆ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ

2. ทักษะ

PLO 2 มีความสามารถด้านการรวบรวม วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ และสื่อสารแบรนด์ที่เหมาะสม			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 2.1 บัณฑิตมีความสามารถด้านการรวบรวม วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ และสื่อสารแบรนด์ที่เหมาะสม	สามารถค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหา	- สอนแบบบรรยายพร้อมยกตัวอย่างเกี่ยวกับการสื่อสารแบรนด์ - นักศึกษาร่วมกันค้นคว้าคิดวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารแบรนด์ที่มอบหมายและนำเสนอหน้าชั้นเรียน	- ประเมินและให้คะแนนจากงานที่มอบหมาย - ประเมินผลจากการสอบกลางภาคและปลายภาคด้วยโครงการงาน

3. จริยธรรม

PLO 3 มีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยรวม			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 3.2 บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสังคม	มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และภาคธุรกิจ	- บรรยายเนื้อหาโดยสอดแทรกประเด็นเรื่องจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การสร้างแบรนด์ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม - สอนแทรกคุณธรรมจริยธรรมในระหว่างที่ทำโครงการโดยการพูดคุยกับนักศึกษา เน้นความรับผิดชอบต่องาน วินัย จรรยาบรรณ ความซื่อสัตย์ ต่อหน้าที่ในกลุ่ม ความถ่อมตนและความมีน้ำใจต่อเพื่อน	- ประเมินจากพฤติกรรมที่มีส่วนร่วมในชั้นเรียน การตอบคำถาม การอภิปรายแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและการสร้างแบรนด์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม - สังเกตพฤติกรรมการทำงานจะต้องเป็นไปตามกำหนดเวลา เพื่อฝึกให้นักศึกษารับผิดชอบต่องาน สามารถทำงานร่วมกัน กับผู้อื่นและมีความตรงต่อเวลา

4. ลักษณะบุคคล

PLO 4 มีความสนใจใฝ่รู้ ติดตามการดำเนินงานการตลาดของธุรกิจต่างๆ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ และสามารถประยุกต์ใช้กับสื่อสารการตลาดและแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 4.1 บัณฑิตเป็นผู้มีความสนใจใฝ่รู้ ติดตามการดำเนินงานการตลาดของธุรกิจต่างๆ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ และสามารถประยุกต์ใช้กับสื่อสารการตลาดและแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม	มีความสนใจใฝ่รู้ ติดตามการเปลี่ยนแปลงของการตลาด เทคโนโลยี และผู้บริโภค เพื่อสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหาที่เหมาะสม	- มอบหมายงานให้ระดมสมอง และวิเคราะห์การดำเนินการตลาดของธุรกิจต่างๆ ที่นักศึกษาสนใจใฝ่รู้ ทั้งสินค้าหรือบริการ ตลอดจนนำเทคโนโลยี มาใช้เพื่อการผลิตผลงานการสื่อสารการตลาดและแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม - ส่งตามระยะเวลาที่กำหนด	- สังเกตพฤติกรรมการทำงานเป็นกลุ่ม - สังเกตพฤติกรรมและการส่งงาน - ประเมินและให้คะแนนจากงานที่มอบหมาย

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
1	แนะนำเนื้อหาวิชา วัตถุประสงค์	บรรยาย และทดสอบก่อนเรียน Pre-Test	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
	แนวการสอนและการ วัดผล	เกี่ยวกับสื่อสาร การตลาดเชิงเนื้อหา สื่อการสอน Google Classroom		
2	การสื่อสารการตลาดและ พฤติกรรมผู้บริโภค	บรรยายและอภิปราย ร่วมกันในชั้นเรียน เกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
3	การตลาดเชิงเนื้อหาและ แนวทางสร้างสรรค์เนื้อหา เพื่อสื่อสารการตลาด	- บรรยายและ ยกตัวอย่างเนื้อหาเพื่อ สื่อสารการตลาดทั้งใน และต่างประเทศ - มอบหมายงานให้ นักศึกษาสร้างสรรค์ ออกแบบเนื้อหา เช่น โลโก้สินค้า หรือบริการ อัตลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อสื่อสารการตลาด เชิงเนื้อหาสำหรับสื่อ ออนไลน์แพลตฟอร์ม ต่างๆในปัจจุบัน - สื่อการสอน แอปพลิเค ชัน Canva - สื่อการสอน Google Classroom	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
4	กลุ่มคำทางการตลาดที่มี ผลต่อการสื่อสาร	- บรรยายพร้อม ยกตัวอย่างกรณีศึกษา กลุ่มคำทางการตลาดที่ มีผลต่อการสื่อสาร - ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม และร่วมแลกเปลี่ยน	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
		ความคิดเห็นและ อภิปรายในชั้นเรียน ผ่านแอปพลิเคชัน Padlet		
5	การเขียนพาดหัวเพื่อ สื่อสารการตลาด	บรรยายและ ยกตัวอย่างกรณีศึกษา เกี่ยวกับการพาดหัว เพื่อสื่อสารการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
6	การเขียนพาดหัวเพื่อ สื่อสารการตลาด	- มอบหมายงานให้ นักศึกษาสร้างสรรค์แบ รด์สินค้าหรือบริการ ของตนเอง จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ ที่เป็น ประโยชน์ต่อสังคม พร้อมเขียนพาดหัวเพื่อ สื่อสารการตลาด โดย ออกแบบผ่านแอปพิเค ชัน Canva - สื่อการสอน Google Classroom	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
7	ประเภทการเขียน บทความเพื่อสื่อสาร การตลาด	บรรยายพร้อม ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ประเภทการเขียน บทความเพื่อสื่อสาร การตลาด	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
8	Term-Break			
9	การเขียนบทความเพื่อ สื่อสารการตลาด	บรรยายและ ยกตัวอย่างกรณีศึกษา บทความโฆษณา ที่	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
		ประสบความสำเร็จ และดึงดูดใจผู้บริโภค สื่อการสอน Google Classroom		
10	เทคนิคการเขียนเล่าเรื่อง เพื่อสื่อสารการตลาด	- บรรยายและยกตัวอย่างกรณีศึกษาการเขียนเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารการตลาดทั้งในและต่างประเทศตลอดจนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ - สื่อการสอน คลิปวิดีโอเทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารการตลาด	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
11	เทคนิคการเขียนเล่าเรื่อง ตามหลัก AIDA, FAB และ PAS	- บรรยายและยกตัวอย่างกรณีศึกษาเทคนิคการเขียนเล่าเรื่องประเภทต่างๆ - ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัตินำสินค้าหรือบริการที่ตนเองนำเสนอในสัปดาห์ที่ 6 มาเขียนเล่าเรื่องตามหลัก AIDA, FAB และ PAS	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
12	การเขียนแคปชั่นและการเขียนคำคมเพื่อสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์	- บรรยายและยกตัวอย่างกรณีศึกษา - มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้า หัวข้อ แคปชั่นและคำคม เพื่อการสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ที่	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
		นำเสนอใจ คนละ 1 ตัวอย่าง พร้อม นำเสนอหน้าชั้นเรียน		
13	การเขียนสคริปต์พิธีกร งานอีเว้นท์เพื่อสื่อสาร การตลาด	• บรรยายและยกตัวอย่าง • นักศึกษาฝึกปฏิบัติการเขียนสคริปต์พิธีกรงานอีเว้นท์ เปิดตัวสินค้าหรือบริการที่นักศึกษานำเสนอไว้ในสัปดาห์ที่ 6	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
14	การเขียนสคริปต์โฆษณา ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และ สื่อออนไลน์	• บรรยายและยกตัวอย่าง • นักศึกษาค้นคว้าหาตัวอย่างสคริปต์โฆษณาทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ที่น่าสนใจ มาร่วมอภิปรายในชั้นเรียน คนละ 1 ชิ้น	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
15	ระ เบีย บ ข้อ บั ง คั บ ที่ เกี่ยวข้องกับการเขียนเพื่อ สื่อสารการตลาด	• บรรยายพร้อมยกตัวอย่าง • นักศึกษาร่วมกันอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับกรณีศึกษาที่เป็นประเด็นน่าสนใจของการเขียนเพื่อสื่อสารการตลาด • ท ด ส อ บ Post-test	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
		เกี่ยวกับสื่อสาร การตลาดเชิงเนื้อหา สื่อการสอน Google Classroom		
16	การนำเสนอโครงงาน Final Project	- นำเสนอโครงงาน Final Project หน้าชั้นเรียน - นักศึกษาในชั้นเรียน ร่วมกันอภิปรายและแสดงความคิดเห็น - สื่อการสอน Google Classroom	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
รวม			45	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
2.1	สอบกลางภาค สอบปลายภาค	8 17	20% 30%
3.2	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน การทดสอบย่อย	ตลอดภาคการศึกษา 1,15	10%
4.1	วิเคราะห์กรณีศึกษา ค้นคว้า การนำเสนอ Project การทำงานกลุ่มและผลงาน	3,6,11,12,13,16	40%

3. ความสอดคล้อง Course Learning Outcome (CLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้

CLOs	1.ความรู้		2.ทักษะ		3.จริยธรรม		4.ลักษณะบุคคล	
	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1	4.2
CLO 1 สามารถค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหา			✓					
CLO 2 มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และภาคธุรกิจ						✓		
CLO 3 มีความสนใจใฝ่รู้ ติดตามการเปลี่ยนแปลงของการตลาด เทคโนโลยี และผู้บริโภค เพื่อสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหาที่เหมาะสม							✓	

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

อำนวยการ เลิศรุ่งพาณิชย์ จิตเกษม น้อยไร่ภูมิ และอาชวีร์ น้อยเศรษฐี. เขียนเพื่อขาย. E-book. Work 360.

สุพิชฌาย์ ศรีประสิทธิ์ และกองบรรณาธิการ. (2562). เขียนบทความออนไลน์สร้างรายได้หลักล้าน. กรุงเทพมหานคร. บริษัทพี เอ็น เค แอนด์ สกายพรีนตติ้งส์ จำกัด.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ธวัชชัย พิษผล. คู่มือเขียน Content. กรุงเทพมหานคร. บริษัททิวเฮด พรีนตติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุ๊ป จำกัด.

ชนัฐ เกิดประดับ. (2564). Marketing on TikTok ทำการตลาดธุรกิจด้วย TikTok. นนทบุรี. บริษัท ริงค์ ปิยอน บุ๊คส์ จำกัด, 2564.

ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). Digital Marketing : Concept & Case Study. นนทบุรี. บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

เสรี วงษ์มณฑา. (2547). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2547.

หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลกระบวนการวิชาโดยนักศึกษา

- ☒ การประเมินประสิทธิภาพการสอนโดยนักศึกษา
- ☐ แบบประเมินกระบวนการวิชา
- ☐ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- ☐ การสะท้อนคิด จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- ☐ ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางออนไลน์ ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. กลยุทธ์การประเมินการจัดการเรียนรู้

- ☐ แบบประเมินผู้สอน
- ☐ สะท้อนโดยนักศึกษา
- ☐ ผลการสอบ
- ☒ การทวนสอบผลประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้
- ☐ การประเมินโดยคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ
- ☐ การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

3. กลไกการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้

- ☐ สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- ☐ การวิจัยในและนอกชั้นเรียน
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของกระบวนการวิชาของนักศึกษา

- ☒ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
- ☐ การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยกรรมการประจำภาควิชาและคณะ
- ☐ การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของกระบวนการวิชา

- ☒ ปรับปรุงกระบวนการวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามข้อ 4
- ☐ ปรับปรุงกระบวนการวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)