



รายละเอียดของรายวิชา

วิทยาลัยนิตยศาสตร์ สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

หลักสูตร นิตยศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ ฉบับปี พ.ศ. 2568

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ADM 451	การจัดการธุรกิจโฆษณาในยุคดิจิทัล	3 (3-0-6)
	(Advertising Business Management in digital era)	
วิชาบังคับร่วม	-	
วิชาบังคับก่อน	ADM150, ADM156, ADM153, ADM260, ADM354	
ภาคการศึกษา	1 / 2568	
กลุ่ม	01	
ประเภทของวิชา	☐ วิชาปรับพื้นฐาน ☐ วิชาศึกษาทั่วไป ☒ วิชาเฉพาะ ☐ วิชาเลือกเสรี	
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์สุข	☒ อาจารย์ประจำ
อาจารย์ผู้สอน	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์สุข	☒ อาจารย์ประจำ ☐ อาจารย์พิเศษ
สถานที่สอน	อาคาร 15 มหาวิทยาลัยรังสิต	☒ ในที่ตั้ง ☐ นอกที่ตั้ง
วันที่จัดทำ	18 สิงหาคม 2568	

หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ของรายวิชาและส่วนประกอบของรายวิชา

1. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโฆษณา แนวคิดในการวางแผน บริหารจัดการงานวิชาชีพโฆษณาและธุรกิจสร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องกับบริบททางการตลาดในปัจจุบัน
2. เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำเอาความรู้ความเข้าใจจากการเรียนรู้ การวิเคราะห์กรณีศึกษา ทศนศึกษาการสังเกตการณ์ รวมถึงแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ไปประยุกต์ใช้ในวิชาชีพโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

2. คำอธิบายรายวิชา

ธุรกิจและวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกรรมการโฆษณาในยุคดิจิทัล กระบวนการ ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตงานโฆษณาในสื่อต่าง ๆ และความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมโฆษณาที่แยกออกมาเป็นกลุ่มธุรกิจเฉพาะทางมากขึ้น

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา

มี 3 ชั่วโมง / สัปดาห์

■ e-mail: werawat.a@rsu.ac.th

■ Line: werawata

■ Tel: 084 649 1649

■ ห้องพักอาจารย์ 15-306

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) :

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนแล้ว นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในรายวิชา จะสามารถ

- 1) นักศึกษาสามารถอธิบายความหมาย บทบาท ความสำคัญ และรูปแบบขององค์กรธุรกิจ ในอุตสาหกรรมโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ ในบริบทสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงยุคดิจิทัล
- 2) นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสืบค้น รวบรวม วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการบริหารจัดการธุรกิจโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ
- 3) นักศึกษาสามารถปฏิบัติตนให้เหมาะสมตามกฎระเบียบ มีวินัย ตรงต่อเวลา ตระหนักในคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพโฆษณา
- 4) นักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำและผู้ตาม ทำงานร่วมกับกลุ่มที่มีความคิดเห็นที่หลากหลายและมุมมองที่แตกต่างได้

หมวดที่ 3 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาผลการเรียนรู้รายวิชาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง มีดังต่อไปนี้

วิชาเทคนิคและปฏิบัติการในกิจกรรมสร้างสรรค์		ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิ			
การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อย (Sub PLOs)	1.ความรู้	2.ทักษะ	3.จริยธรรม	4.ลักษณะส่วนบุคคล
PLO 1	PLO 1.3	CLO 1			
PLO 2	PLO 2.2		CLO 2		
PLO 3	PLO 3.1			CLO 3	
PLO 4	PLO 4.3				CLO 4

1. ความรู้

PLO 1 สามารถเข้าใจ แนวคิด ทฤษฎี และหลักการผลิต งานโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และกระแสโลกด้านต่างๆ			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์ การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
1.3 มีความรู้ ความเข้าใจในความเปลี่ยนแปลง ผลกระทบของบริบทที่เกี่ยวข้อง และสามารถประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจโฆษณาและงานสร้างสรรค์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม	นักศึกษาสามารถติดตามความเปลี่ยนแปลง วิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ของอุตสาหกรรมโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ในบริบทเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยียุคดิจิทัล	☐ สอนแบบบรรยาย ☐ สอนโดยยกตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) ☐ มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม	☐ ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา ☐ ประเมินจากกิจกรรมย่อย

2. ทักษะ

PLO 2 สามารถคิด วิเคราะห์อย่างมีระบบ บูรณาการความรู้ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการวางแผนกลยุทธ์ และผลิตงานโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์ การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
2.1 สามารถบูรณาการศาสตร์ด้านการโฆษณาและศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม	นักศึกษาสามารถบูรณาการความรู้ด้านการโฆษณาและศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ วางแผน การบริหารจัดการงานโฆษณาและธุรกิจสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ	☐ สอนแบบบรรยาย ☐ กิจกรรมการเรียนรู้	☐ ประเมินจากโครงงานที่เป็นโจทย์จริงจากสถานการณ์ด้านการตลาดของวงการโฆษณาและธุรกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบัน

3. จริยธรรม

PLO 3 ตระหนักในคุณค่า จริยธรรม ปฏิบัติตามหลัก จรรยาบรรณในวิชาชีพโฆษณา มีความรับผิดชอบ และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคม			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์ การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล

3.1 ตระหนักในคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ และซื่อสัตย์สุจริต	นักศึกษาสามารถปฏิบัติตนให้เหมาะสมตามกฎระเบียบ มีวินัย ตรงต่อเวลา ตระหนักในคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพโฆษณา	☐ สอนแบบบรรยาย	☐ ประเมินจากการเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วมในการอภิปรายแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นด้านจริยธรรม
--	--	---------------------------------------	--

4. ลักษณะบุคคล

PLO 4 มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ พร้อมเรียนรู้ ปรับตัว สามารถทำงานเป็นทีม และ ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
4.3 มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมในฐานะนักวิชาชีพโฆษณา	นักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำและผู้ตาม ทำงานร่วมกับกลุ่มที่มีความคิดเห็นที่หลากหลาย และมุมมองที่แตกต่างได้	☐ สอนแบบบรรยาย	☐ ประเมินการทำงานกลุ่มและผลงาน

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
1	แนะนำรายวิชา อธิบายกิจกรรมการเรียนการสอน การประเมินผล และช่องทางการติดต่อ (online/ on site) - ความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโฆษณา และธุรกิจสื่อสร้างสรรค์ในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล	- บรรยาย สอบถามพื้นฐานความรู้ - สัมภาษณ์ความสนใจของ นศ. เกี่ยวกับการทำงานวิชาชีพในอุตสาหกรรมโฆษณา - ทำข้อตกลงและทำความเข้าใจในกระบวนการเรียนรู้แบบ Problem-Base / Project-Base Learning	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธ์สุข
2	- นิยามและกรอบแนวคิดในการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับ	- บรรยาย ถาม-ตอบ - สืบค้น/สำรวจข้อมูลออนไลน์	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธ์สุข

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
	ธุรกิจโฆษณาในด้านต่างๆ - พัฒนาการของอุตสาหกรรม โฆษณาจากอดีต-ปัจจุบัน - แนวคิดในการดำเนินธุรกิจ โฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ทั้ง แบบดั้งเดิม-ดิจิทัล	- อภิปราย/แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นร่วมกันในชั้นเรียน		
3	สถานการณ์ปัจจุบันและ ความเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ของอุตสาหกรรมโฆษณา: - ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และบริบทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง - พัฒนาการทางเทคโนโลยีที่ เกี่ยวข้องกับวงการโฆษณา - ความเปลี่ยนแปลงของภูมิ ทัศน์สื่อบนแพลตฟอร์มต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อโลกโฆษณา - ความเปลี่ยนแปลงของ ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลและ แนวโน้มในอนาคต	- บรรยาย ยกตัวอย่าง - อภิปรายแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นร่วมกันในชั้นเรียน - สืบค้น/สำรวจข้อมูลออนไลน์ - ทำแบบฝึกหัด และอภิปราย	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์
4	- การกำหนดวัตถุประสงค์ใน การดำเนินธุรกิจโฆษณา/สื่อ สร้างสรรค์ - ธุรกิจโฆษณาประเภทต่างๆ - นักวิชาชีพโฆษณา/ ธุรกิจ สร้างสรรค์/ และวิชาชีพ เฉพาะที่เกี่ยวข้อง	- บรรยาย ยกตัวอย่าง - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - มอบหมายงานสืบค้นข้อมูล และวิเคราะห์กรณีศึกษา เกี่ยวกับการทำงานโฆษณาใน บทบาทหน้าที่/ตำแหน่งต่างๆ	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์
5	- โครงสร้างขององค์กรธุรกิจ โฆษณา: บริษัทตัวแทน โฆษณา (Ad. agency) - บทบาทหน้าที่และรูปแบบ	- บรรยาย ยกตัวอย่าง - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - แบบฝึกหัดทดสอบความ เข้าใจในหัวข้อต่างๆ ที่ได้	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
	การให้บริการด้านต่างๆ - กระบวนการทำงานโฆษณา ของบริษัทตัวแทนโฆษณา รูปแบบต่างๆ - “ลูกค้า”ของธุรกิจโฆษณา และการติดต่อประสานงาน/ ให้บริการลูกค้า	เรียนรู้ไปแล้ว - สืบค้น/สำรวจข้อมูลออนไลน์ และอาจมีการไปทัศนศึกษา ณ องค์การธุรกิจโฆษณาและ ธุรกิจสร้างสรรค์ตามความ เหมาะสม		
6	- การทำงานของฝ่ายต่างๆใน องค์การธุรกิจโฆษณา : ฝ่ายสร้างสรรค์ ฝ่ายบริหารงานลูกค้า ฝ่ายวางแผนสื่อ/ซื้อสื่อ ฝ่าย Production งานวิจัยโฆษณาด้านต่างๆ งานด้านอื่นๆ	- บรรยาย ยกตัวอย่าง - ถาม-ตอบ และแลกเปลี่ยน ความเห็นร่วมกันในชั้นเรียน - สืบค้น/สำรวจข้อมูลออนไลน์ - มอบหมายรายงาน(1) ศึกษา การทำงานโฆษณาฝ่ายต่างๆ (งานกลุ่ม 3 คน)	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์สุข
7	- การเสนอแผนงานโฆษณา/ การจัดทำข้อเสนอโครงการ (Proposal) สำหรับธุรกิจ โฆษณา/ธุรกิจสร้างสรรค์ รูปแบบต่างๆ	- บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา - นำเสนอรายงาน (1) - มอบหมายประเด็น กรณีศึกษาให้ไปสืบค้นข้อมูล	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์สุข
8	พักระหว่างภาคเรียน	Midterm Brake		
9	- กรณีศึกษาความเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม/ เศรษฐกิจ /เทคโนโลยีต่างๆ ที่ มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม โฆษณาทั้งในประเทศไทย และระดับโลก	- บรรยาย ยกตัวอย่าง ถาม- ตอบ อภิปรายแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นร่วมกันในชั้น เรียนเกี่ยวกับกรณีศึกษาต่างๆ - ทดสอบวัดความเข้าใจ (ข้อสอบแบบอัตนัย)	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์สุข
10	- ธุรกิจสร้างสรรค์ต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม โฆษณาในปัจจุบัน	- มอบหมายให้ค้นคว้า/สำรวจ คัดเลือกกรณีศึกษา /สืบค้น ข้อมูลอ้างอิงจากแหล่งต่างๆ	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์สุข

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
11	- แนวคิดเกี่ยวกับความ รับผิดชอบต่อสังคมและ จริยธรรมวิชาชีพสำหรับธุรกิจ โฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ - กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจโฆษณา กระบวนการ ควบคุมตนเองขององค์กร โฆษณา/ สมาคมวิชาชีพ	- บรรยาย ยกตัวอย่าง และ สืบค้นข้อมูลกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมกันในชั้นเรียนเกี่ยวกับ กรณีศึกษาที่น่าสนใจหรือมี ประเด็นปัญหาด้านจริยธรรม/ ความรับผิดชอบต่อสังคมและ แง่มุมอื่นๆ	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์
12	- การพัฒนาแนวคิดธุรกิจ โฆษณาในยุคดิจิทัล แนวโน้ม จากทัศน์ และภาพอนาคต ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - การนำเสนอ Credentials/ company profile ของธุรกิจ โฆษณาและธุรกิจสื่อ สร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ	- บรรยาย ถาม-ตอบ - สังเกตการณ์นอกสถานที่ - วิเคราะห์กรณีศึกษา อภิปราย - มอบหมายโครงงาน (2) ศึกษาปัญหาเฉพาะจาก ประเด็นที่เรียน (Problem- base studies)	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์
13	เสนอโครงงานศึกษาค้นคว้า เกี่ยวกับธุรกิจโฆษณาและสื่อ สร้างสรรค์	- นำเสนอโครงงาน (2) (กลุ่ม) - อภิปรายแลกเปลี่ยน ความเห็น	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์
14	กิจกรรมการเรียนรู้แบบ Project-base ผ่านโครงงาน ปลายภาค (งานกลุ่ม)	- ให้โจทย์ (Briefing) โครงงาน ปลายภาค ถาม-ตอบ	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์
15	การพัฒนาแนวคิดและการ วางแผน การนำเสนอแผน งาน ประสานงานด้านต่างๆ	- เสนอโครงงาน (Proposal) และแนวคิด/ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับโครงงานปลายภาค	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์
16	<u>นำเสนอโครงงานปลายภาค</u> (Final Project Presentation)	- นำเสนอโครงงานปลายภาค (Final presentation) - อภิปรายแลกเปลี่ยน ความเห็น	3	อ.วีรวัฒน์ อัมพันธุ์
รวม			45	

CLOs	1.ความรู้	2.ทักษะ	3.จริยธรรม	4.ลักษณะบุคคล
------	-----------	---------	------------	---------------

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1.3	แบบฝึกหัด การทดสอบย่อย รายงาน กิจกรรมย่อย	5, 6, 11, 12, 13, 14	30
2.2	การนำเสนอโครงงานปลายภาค (Final Project Presentation)	16	30
3.1	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม การอภิปรายในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10
4.3	การทำงานกลุ่ม	13-16	30
รวม			100

3. ความสอดคล้อง Course Learning Outcome (CLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

คอตเลอร์, ฟิลิป. (2564). การตลาด 5.0 : เทคโนโลยีเพื่อมวลมนุษยชาติ. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.
 สโรจ เลหาศิริ. (2565). Seamless Marketing Communication สื่อสารการตลาดแบบไร้รอยต่อ.
 กรุงเทพฯ: ชีวทัศน์ อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
การบริหารงานโฆษณา. หน่วยที่ 1-15. พิมพ์ครั้งที่ 1. (2549). นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
 สุโขทัยธรรมาธิราช.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ -

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 1) ผู้สอนจะแนะนำหนังสือ แหล่งข้อมูล และแหล่งเรียนรู้ทั้ง online/ offline เกี่ยวกับเรื่องที่เรียนในแต่ละ
 หัวข้อผ่านออนไลน์ (Line group) ตัวอย่างเช่น

<https://adaddictth.com>

<https://www.adsoftheworld.com/>

<https://marketeeronline.co/>

- 2) ติดต่อผู้สอนทางโทรศัพท์โดยตรง หรือนัดหมายเพื่อขอคำปรึกษา ณ ห้องทำงาน

หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลกระบวนการเรียนการสอนโดยนักศึกษา

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

2. กลยุทธ์การประเมินการจัดการเรียนรู้

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

3. กลไกการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้

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

4. กระบวนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของกระบวนการวิชานักศึกษา

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

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของกระบวนการวิชา

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