

## มคอ. 3 รายละเอียดของรายวิชา

<b>ชื่อสถาบันอุดมศึกษา:</b> วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร		
<b>วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา</b> หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ		
<b>หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป</b>		
<b>1. รหัสและชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ</b>		
รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	Section
บธ 0404	ตลาดธุรกิจการค้าระหว่างประเทศในกลุ่มอินโดจีน	
<b>2. จำนวนหน่วยกิต</b>		
3	หน่วยกิต	( 3 — 0 — 6 )
<b>3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา</b>		
<b>หลักสูตร:</b> หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ		
<b>4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน</b>		
	ชื่ออาจารย์	
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ		
อาจารย์ผู้สอน		

<p><b>5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน</b></p> <p>ภาคเรียนที่ 1 ชั้นปีที่ 2</p>
<p><b>6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)</b></p> <p>ไม่มี</p>
<p><b>7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) (ถ้ามี)</b></p> <p>ไม่มี</p>
<p><b>8. สถานที่เรียน</b></p> <p>วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร</p>
<p><b>9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด</b></p> <p>พ.ศ. 2556</p>
<p><b>หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์</b></p>
<p><b>1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อสร้างความเป็นผู้เรียนรู้ให้กับผู้เรียนโดยเน้นถึงความเป็นที่พึงโดยผู้เรียนเป็นสำคัญ</li> <li>2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจบทบาทของตนเองในฐานะผู้เรียนที่สามารถประยุกต์ใช้ให้เกิดผลประโยชน์ภายหลังจบการเรียนในรายวิชานี้</li> <li>3. เพื่อสร้างความรู้ด้านการตลาดโดยเน้นถึงการเข้าใจในเนื้อหาวิชาที่นำไปสู่ความสามารถในการตัดสินใจ การวางแผนกลยุทธ์และนโยบายทางการตลาด และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม</li> <li>4. เพื่อปลูกฝังวินัย ความมีมนุษยสัมพันธ์ และจริยธรรมคุณธรรมทางการตลาด สำหรับการประกอบอาชีพ และดำรงชีพในสังคม</li> </ol>
<p><b>2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา</b></p> <p>การพัฒนาปรับปรุงรายวิชาจะเน้นถึงความทันสมัยของเนื้อหา การอภิปรายร่วมกัน การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง นอกชั้นเรียน การทำงานกลุ่ม การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร ระหว่างผู้เรียน / อาจารย์ / และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนการสอน มากกว่าการถ่ายทอดจากผู้สอนฝ่ายเดียว ซึ่งรายวิชานี้มีความคาดหวังว่าผู้เรียนจะได้รับในสิ่งต่อไปนี้คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อทำให้ผู้เรียนสามารถศึกษาและใช้เหตุผลที่ถูกต้องด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง</li> <li>2. เพื่อให้ผู้เรียนเป็นผู้ที่รู้จักการใช้ความคิด การวิเคราะห์ การหาเหตุ และการนำไปปฏิบัติได้</li> <li>3. เพื่อทำให้ผู้เรียนเป็นบุคคลที่พร้อมด้วยวินัย ความตรงต่อเวลา ความมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่น การประกอบกิจการงานและการดำรงชีพอย่างมีจริยธรรมคุณธรรม ไม่สร้างปัญหาแก่ผู้อื่นและสังคม</li> </ol>

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

การวิเคราะห์แนวคิดทางการตลาดกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ความสำคัญของการดำเนินการทางการตลาดต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร กระบวนการจัดการทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านศักยภาพขององค์กรและสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคทางการตลาดต่อธุรกิจ นวัตกรรมทางการตลาด การจัดการกลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาด การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด กลยุทธ์ตราสินค้า กลยุทธ์ความสัมพันธ์กับลูกค้า การประเมินผลทางการตลาด

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษด้วยตนเอง
42	ตามความต้องการของ นักศึกษาเฉพาะราย	-	126

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

โดยมีวิธีการแจ้งให้นักศึกษาทราบ ดังนี้

- แจ้งให้ทราบในห้องเรียน
- แจ้งให้ทราบผ่านทางอีเมล หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook
- ระบุในแผนการสอน
- ระบุใน LMS
- ติดประกาศหน้าห้องพักหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- นักศึกษามีความตระหนักถึงและใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจถึงความมีคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบอาชีพทางการตลาด
- มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น
- มีวินัยและความตรงต่อเวลา

#### 1.2 วิธีการสอน

- จัดเนื้อหาเกี่ยวกับจริยธรรมและคุณธรรมไว้ในรายวิชาเพื่อเปิดโอกาสให้มีการอภิปรายประเด็นเหล่านี้ในชั้นเรียน
- มีการมอบหมายงานกลุ่มเพื่อให้นักศึกษาได้ทำงานร่วมกันและแสดงความรับผิดชอบร่วมกันทั้งต่อตนเองและสมาชิกภายในกลุ่ม
- มีการกำหนดเวลาในการส่งผลงานและนำเสนอผลงานของนักศึกษาเพื่อสร้างวินัยและการตรงต่อเวลาในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จลุล่วงตามกำหนดของผู้สอน นอกจากนี้ยังรวมถึงการตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนด้วย

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในการแสดงความคิดเห็นด้านจริยธรรมในชั้นเรียน
- พิจารณาผลงานที่นักศึกษานำเสนอ
- พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งและนำเสนอผลงานและการเข้าเสนอผลงาน และการเข้าชั้นเรียนตามเวลา (ไม่สาย/ไม่ขาดเรียน)

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- แนวคิดทางการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกต้อง
- การสร้างกระบวนการ/ระบบแนวคิดในการจัดการทางการตลาดเพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหาทางการตลาดได้อย่างถูกต้อง

### 2.2 วิธีการสอน

- ใช้การบรรยายและอภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน
- มอบหมายให้ทำรายงานจากการได้ไปศึกษาค้นคว้าประเด็นที่ผู้เรียนสนใจและมีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหารายวิชา
- ใช้วิทยากรบรรยายพิเศษจากภายนอกเพื่อนำความรู้จากประสบการณ์จริงมาถ่ายทอดมุมมองให้นักศึกษาเข้าใจถึงการนำความรู้ทางทฤษฎีมาสัมพันธ์กับการปฏิบัติจริง

### 2.3 วิธีการประเมินผล

พิจารณาจากเกณฑ์การวัดผลที่กำหนดให้ ซึ่งประกอบด้วย การสอบ การทำกรณีศึกษา การจัดทำโครงการ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นภายในชั้นเรียน

### 3. ทักษะทางปัญญา

#### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- ความสามารถในการวิเคราะห์เหตุผลจากเนื้อหาที่ได้รับจากการเรียน
- ความสามารถในการคิดแบบสร้างสรรค์ที่นำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

#### 3.2 วิธีการสอน

- ใช้การบรรยายและอภิปรายร่วมกันระหว่างอาจารย์ผู้เรียนและเพื่อนร่วมชั้น
- มอบหมายกรณีศึกษาให้ทำการวิเคราะห์เหตุผล
- ค้นคว้าศึกษาด้วยตนเองเกี่ยวกับเนื้อหา/ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาและให้ผู้เรียนนำเสนออภิปรายร่วมกับอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้น
- จัดทำโครงการทางการตลาดสำหรับสินค้าหรือบริการที่สนใจ

#### 3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียนโดยนับเป็นคะแนนต่อการแสดงความคิดเห็นแต่ละครั้ง
- ประเมินจากผลงานที่มอบหมายเพื่อดูว่านักศึกษาสามารถทำได้บรรลุเป้าหมายตามที่ผู้สอนกำหนดและแจ้งให้นักศึกษาทราบล่วงหน้า อาทิ การวิเคราะห์สถานการณ์ การระบุปัญหา การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การนำเสนอข้อแก้ไขและข้อเสนอแนะพร้อมเหตุผล
- ประเมินระดับของการสร้างสรรค์ผลงานและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ได้

#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

##### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- ผู้เรียนสามารถปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นและอาจารย์ทั้งในด้านการประพฤติตนต่อบุคคลอื่นการรับฟังผู้อื่น การเสนอความคิดต่อผู้อื่น
- ผู้เรียนมีความกล้าหาญที่จะแสดงออกระหว่างเพื่อนและต่อหน้าบุคคลอื่น

##### 4.2 วิธีการสอน

- จัดให้ผู้เรียนได้นำเสนอผลงานของตนเองต่อบุคคล
- มอบหมายชิ้นงานโดยทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มที่สามารถแสดงความคิดเห็นระหว่างกันได้ เพื่อฝึกความเป็นผู้นำกลุ่ม

##### 4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากผลงานที่นำเสนอและผลงานกลุ่มหน้าชั้นเรียน
- ประเมินผลถึงการปฏิบัติงานร่วมกันภายในกลุ่ม โดยหัวหน้ากลุ่มแต่ละกลุ่มของนักศึกษาจะต้องทำการประเมินและทำสรุปรายงานส่งให้อาจารย์ผู้สอน

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ตัวเลขจากรายงานทางการเงินและสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน
- นักศึกษามีทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคคลและประชาคมในชั้นเรียน
- นักศึกษามีทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและจากฐานข้อมูล

### 5.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์รายการทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับรายวิชา เช่น งบประมาณการตลาด งบกำไรขาดทุน สถิติที่เกี่ยวข้องกับส่วนครองตลาด ภาวะทางเศรษฐกิจ การแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงทางประชากร เป็นต้น
- มอบหมายให้มีการนำเสนอรายงานหน้าชั้น และการทำงานภายในกลุ่มร่วมกัน
- มอบหมายให้ทำการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการทำกรณีศึกษา โครงการทางการตลาดและการค้นคว้าศึกษาตนเอง

### 5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากความถูกต้องของการวิเคราะห์
- ประเมินจากความเข้าใจของเพื่อนร่วมชั้นและการทำให้เพื่อนมีส่วนร่วม
- ประเมินจากปริมาณข้อมูลที่ค้นคว้าได้ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลและความทันสมัยของข้อมูล



**6. ทักษะพิสัย** เฉพาะสาขาวิชาที่ต้องการทักษะทางกายภาพสูง เช่น การเต้นรำ ดนตรี การวาดภาพ การแกะสลัก พลศึกษา การแพทย์ และวิทยาศาสตร์การแพทย์

6.1 ทักษะพิสัยที่ต้องพัฒนา

-

6.2 วิธีการสอน

-

6.3 วิธีการประเมินผล

-

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ชื่อผู้สอน
1	แนวคิดเบื้องต้นทางการตลาด - กรอบแนวคิดทางการตลาด - ความสำเร็จทางการตลาดกับธุรกิจ - บทบาทของนักการตลาด	3	นักศึกษาจะระดมความคิด เรื่องสินค้า/บริการ สำหรับแผนการตลาด	
2	แนวคิดเบื้องต้นทางการตลาด - คุณค่าและความต้องการของผู้บริโภค - การแข่งขันทางการตลาด - ผลกระทบของเทคโนโลยีกับการตลาด - นวัตกรรมทางการตลาด	3	- นำเสนอกิจกรรม ค้นคว้าด้วยตนเอง - อภิปรายในชั้นเรียน	
3	ยุทธศาสตร์ทางการตลาด - โครงสร้างการจัดการทางการตลาด - กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	3	- นำเสนอกิจกรรม ค้นคว้าด้วยตนเอง - อภิปรายในชั้นเรียน	
4	ยุทธศาสตร์ทางการตลาด - การวิเคราะห์การแข่งขัน - การกำหนดเป้าหมายและทิศทางการตลาด - กลยุทธ์ทางการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด	3	- นำเสนอกิจกรรม ค้นคว้าด้วยตนเอง - อภิปรายในชั้นเรียน	
5	ลูกค้ากับการแบ่งส่วนของตลาดและการวางตำแหน่งของสินค้า - ลูกค้ากับการตลาด - การแบ่งส่วนของตลาด - การวางตำแหน่งสินค้า - การเข้าถึงลูกค้า - ลูกค้ากับความเสี่ยง - พฤติกรรมซื้อและการตัดสินใจ	3	- นำเสนอกิจกรรม ค้นคว้าด้วยตนเอง - อภิปรายในชั้นเรียน - อภิปรายกรณีศึกษา	

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ชื่อผู้สอน
6	ตลาดและการตลาดระหว่างประเทศ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัจจัยในการพิจารณาเลือกตลาด</li> <li>- กลยุทธ์ในการเข้าตลาด</li> <li>- การประเมินความน่าสนใจของตลาด</li> <li>- เหตุผลของการทำการตลาดระหว่างประเทศ</li> <li>- วิธีการเข้าตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างประเทศ</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอกิจกรรม</li> <li>    ค้นคว้าด้วยตนเอง</li> <li>- อภิปรายในชั้นเรียน</li> </ul>	
7	การจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์</li> <li>- การจัดโครงสร้างผลิตภัณฑ์</li> <li>- แนวคิดการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอกิจกรรม</li> <li>    ค้นคว้าด้วยตนเอง</li> <li>- อภิปรายในชั้นเรียน</li> </ul>	
8	บรรยายพิเศษประเด็นปัจจุบันทางการตลาด	3	อภิปรายและซักถาม	
9	การจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ : ตราสินค้าและกลยุทธ์การสร้างตรา สินค้า <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า</li> <li>- คุณค่าตราสินค้า</li> <li>- การเปลี่ยนแปลงตราสินค้าของผู้บริโภค</li> <li>- การฟื้นตราสินค้า</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอกิจกรรม</li> <li>    ค้นคว้าด้วยตนเอง</li> <li>- อภิปรายในชั้นเรียน</li> </ul>	
10	การจัดการด้านราคา <ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อราคา</li> <li>- ทฤษฎีการตั้งราคา</li> <li>- ทิศทางและทางเลือกในการตั้งราคา</li> <li>- ปัจจัยในการตั้งราคา</li> <li>- ประเภทของราคา</li> <li>- ราคากับการตัดสินใจซื้อ</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอกิจกรรม</li> <li>    ค้นคว้าด้วยตนเอง</li> <li>- อภิปรายในชั้นเรียน</li> <li>- อภิปรายกรณีศึกษา</li> </ul>	

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ชื่อผู้สอน
11	การจัดการด้านช่องทางการจำหน่าย - แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่าย - กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย - ช่องทางจำหน่าย - การบริหารคลังสินค้า - การจัดการโลจิสติกส์	3	- นำเสนอกิจกรรม ค้นคว้าด้วยตนเอง - อภิปรายในชั้นเรียน	
12	การจัดการด้านการส่งเสริมทาง การตลาด - บทบาทของการส่งเสริมทางการตลาด - การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ - การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	3	- นำเสนอกิจกรรม ค้นคว้าด้วยตนเอง - อภิปรายในชั้นเรียน	
13	การงบประมาณและการประเมินผลทาง การตลาด - การจัดทำงบประมาณทางการตลาด - เกณฑ์ในการประเมินผลทางการตลาด - การนำผลการประเมินไปใช้ในการ วางแผนกลยุทธ์	3	อภิปรายในชั้นเรียน	
14	จริยธรรมทางการตลาด - การตลาดกับสังคม - จริยธรรมทางการตลาด - ประเด็นด้านจริยธรรมทางการตลาด - การนำเสนอแผนการตลาด	3	- นำเสนอแผนการตลาด - อภิปรายและซักถาม	
15	-			
16	-			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

การประเมินผลที่	วิธีการประเมิน	ครั้งที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล (ร้อยละ)
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ดูการเข้าชั้นเรียนตรงเวลา</li> <li>- พิจารณาผลการประเมินจากสมาชิกกลุ่ม</li> <li>- การตรงต่อเวลาในการส่งงาน</li> </ul>	ทุกสัปดาห์ ทุกสัปดาห์ สัปดาห์ที่ 5, 9, 14	10%
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พิจารณาเนื้อหาของกิจกรรมที่นำเสนอ</li> <li>- การให้คะแนนของเพื่อนในชั้นเรียน</li> <li>- พิจารณาจากคะแนนกิจกรรมและคะแนนสอบ</li> </ul>	ทุกสัปดาห์  สัปดาห์ที่ 5, 9, 14	30%
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พิจารณาเนื้อหาของกิจกรรมที่นำเสนอ</li> </ul>	ทุกสัปดาห์	30%
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลการประเมินความมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมจากสมาชิกเพื่อนในกลุ่มงานเดียวกัน</li> <li>- พิจารณาระดับการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน</li> </ul>	ทุกสัปดาห์	15%
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พิจารณางานที่นำเสนอในส่วนของภาระที่ต้องมีความถูกต้อง</li> <li>- พิจารณาถึงการใช้ความสามารถในการนำเสนอ/รายงานหน้าชั้นเรียน</li> <li>- พิจารณาจากการใช้เทคโนโลยีในการเสนอผลงาน/รายงาน</li> </ul>	ทุกสัปดาห์	15%

**หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน****1. เอกสารและตำราหลัก**

McDaniel. Marketing. Thomson Publishing. 2010

**2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ (ถ้ามี)**

เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์. การจัดการทางการตลาด. โรงพิมพ์วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร. กรุงเทพฯ.  
2533

**3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ (ถ้ามี)**

1. Journal of Marketing
2. Journal of Marketing Research
3. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ / การตลาด
4. รายงานเศรษฐกิจ / การตลาด

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

1. นักศึกษาประเมินผลงานของเพื่อนที่นำเสนอต่ออาจารย์ร่วมกับอาจารย์
2. นักศึกษาติดตามและประเมินผลการทำงานของเพื่อนในกลุ่มสำหรับกิจกรรม และผลงานที่อาจารย์มอบหมายให้ทำร่วมกัน
3. นักศึกษาประเมินผลตามแบบฟอร์มการประเมินผลด้วยระบบ Online Assessment ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

1. พิจารณาผลการประเมินการสอนที่ได้รับจากนักศึกษาเมื่อสิ้นภาคการศึกษา เพื่อหาข้อบกพร่องที่ต้องทำการปรับปรุงวิธีการสอนต่อไป
2. พิจารณาจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งหมด ได้แก่ ผลการสอน และคะแนนจากการจัดทำกิจกรรมที่มอบหมายทุกประเภทในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน
3. พิจารณาจากปัญหาและข้อสงสัยที่นักศึกษาเข้ามาขอรับการปรึกษา

### 3. การปรับปรุงการสอน

1. ปรับปรุงเนื้อหาของรายวิชาโดยพิจารณาจากข้อมูลใหม่ที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ อาทิ วารสาร ตำรา และงานวิจัย
2. ปรับปรุง/เปลี่ยนแปลงรายละเอียดของกิจกรรมที่มอบหมายให้นักศึกษา
3. สร้างกิจกรรมใหม่ที่นักศึกษาต้องใช้การวิเคราะห์เหตุผลและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้มากขึ้น

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

1. ขอความเห็นจากผู้สอนในรายวิชาอื่นเกี่ยวกับการที่นักศึกษาสามารถนำความรู้และแนวคิดที่ได้จากรายวิชาการจัดการทางการตลาดไปใช้ในการศึกษาต่อในรายวิชานั้นได้ในระดับใด
2. พิจารณาจากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตและนำมาปรับวิธีการสอนและการกำหนดสัดส่วนของเกณฑ์การวัดผลสัมฤทธิ์ให้มีความสอดคล้องกัน

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

1. ทำแบบประเมินความคิดเห็นของผู้สอนรายวิชาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกับวิชาการจัดการทางการตลาดและผู้ใช้บัณฑิต เพื่อนำผลการปรับปรุงเนื้อหา/วิธีการสอน/เกณฑ์การประเมินผล ของรายวิชาให้ดียิ่งขึ้น
2. นำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อดำเนินการปรับปรุงพัฒนาตามวัตถุประสงค์
3. ติดตามแนวโน้มสถานการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงจากการวิจัยและข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่มีความเชื่อถือได้ เพื่อนำผลมาปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับการทำงานและการดำรงชีพได้เป็นอย่างดี

