

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร / สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา กต ๔๕๑ การวางแผนการตลาด MK451 (Marketing Planning)
๒. จำนวนหน่วยกิต ๓ หน่วยกิต (๒-๒-๕)
๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต /หมวดวิชาเฉพาะ
๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน อาจารย์ผู้สอน
๕. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษา ๒/๒๕๕๖ / ชั้นปีที่ ๓ และชั้นปีที่ ๔ (เทียบเข้าเรียน ๒ ปี)
๖. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) (ถ้ามี) รายวิชา กต ๓๐๐ การจัดการตลาด
๗. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (co-requisites) (ถ้ามี) ไม่มี
๘. สถานที่เรียน ห้องแม่โจ้สามัคคี ๑,๓ อาคารแม่โจ้-สามัคคี มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร
๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด -

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

<p>๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา</p> <p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้และความเข้าใจหลักการและทฤษฎีต่าง ๆ ตามคำอธิบายลักษณะวิชา สามารถจัดทำแผนการตลาด ให้สอดคล้องกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน สามารถนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเชิงสร้างสรรค์ในรูปของการใช้กรณีศึกษาเพื่อพัฒนาความสามารถในเชิงปฏิบัติ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงานทางด้านการตลาดต่อไปในอนาคต</p>
<p>๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา</p> <p>-</p>

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

<p>๑. คำอธิบายรายวิชา</p> <p>ศึกษากระบวนการวางแผนการตลาดในเชิงปฏิบัติอย่างละเอียด โดยเริ่มจากการศึกษาแนวคิดหลักในการวางแผนการตลาดแบบต่าง ๆ การตรวจสอบตลาด การตรวจสอบผู้บริโภค การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ การกำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์การตลาด การวางแผนด้านผลิตภัณฑ์ การวางแผนด้านราคา การวางแผนด้านการจัดจำหน่าย การวางแผนการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการจัดการระบบฐานข้อมูล และการจัดองค์การทางการตลาดเพื่อออกแบบและดำเนินแผนการตลาดโดยภาพรวมต่อไป</p>			
<p>๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา</p>			
บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษด้วยตนเอง
บรรยาย ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	ฝึกปฏิบัติ ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	ศึกษด้วยตนเอง ๗๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา
<p>๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล</p> <p>อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ ๒ ชั่วโมงต่อสัปดาห์</p>			

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบ มีวินัย มีจรรยาบรรณและจิตสำนึกในการนำความรู้ในด้านการประกอบธุรกิจและรูปแบบของธุรกิจไปใช้ในวิชาชีพได้อย่างมีคุณธรรม เคารพในสิทธิของข้อมูลส่วนบุคคล ไม่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญาของผู้อื่น มีความซื่อสัตย์สุจริตในการประกอบวิชาชีพ ไม่คดโกงผู้อื่น โดยให้มีคุณธรรมจริยธรรมตามคุณสมบัติ ดังนี้

- มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ตรงต่อเวลา มีความซื่อสัตย์สุจริต
- มีความตระหนักถึงคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบวิชาชีพ
- เคารพในสิทธิของผู้อื่นและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- มีความเป็นผู้นำ และสามารถทำงานเป็นทีมได้
- มีความเสียสละ ช่วยเหลือผู้อื่น
- เคารพกฎระเบียบขององค์กร
- มีความขยัน อดทน สามัคคีกันในกลุ่ม
- มีความใฝ่รู้ วิเคราะห์แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- มีจรรยาบรรณในวิชาชีพตนเอง

๑.๒ วิธีการสอนที่จะใช้พัฒนาการเรียนรู้

บรรยาย อภิปราย พร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ เช่น การประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จรรยาบรรณทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

- การอภิปรายกลุ่มและรายบุคคล
- การซักถาม ตอบคำถามในห้องเรียน
- ร่วมกันสรุป
- ให้นักศึกษาหาตัวอย่างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว
- ทำแบบฝึกหัด หรือ ฝึกปฏิบัติ
- ทำกรณีศึกษา

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- สังเกตพฤติกรรมและการเข้าเรียนและความตรงต่อเวลาในการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินจากผลการนำเสนอผลงานหรือรายงาน

-ประเมินจากใบงาน แบบทดสอบ และแบบฝึกหัด

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่จะได้รับ

มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการวางแผนการตลาดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ แนวคิดหลักในการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การตรวจสอบตลาด การตรวจสอบผู้บริโภค การกำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์การตลาด การวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การวางแผนกลยุทธ์ด้านราคา การวางแผนกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย การวางแผนกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การจัดการระบบฐานข้อมูล และการจัดองค์การทางการตลาด เพื่อออกแบบและดำเนินแผนการ ตลอดจนเข้าใจความหมายของคำศัพท์เฉพาะทางบริหารธุรกิจ

๒.๒ วิธีการสอน

บรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การซักถาม การวิเคราะห์กรณีศึกษา การมอบหมายงานวิเคราะห์ธุรกิจ การหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายวิชา การสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- ทดสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาค
- รายงาน การนำเสนอรายงาน และการอภิปรายกลุ่ม
- วิเคราะห์กรณีศึกษา
- แบบฝึกหัด
- สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงาน

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

สามารถพัฒนาความคิดอย่างมีระบบได้ วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากการเข้าไปศึกษาองค์การธุรกิจที่สนใจเพื่อที่จะศึกษาบริบทเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อนำข้อมูลกลับมาเขียนแผนการตลาดตามที่มอบหมาย

๓.๒ วิธีการสอน

- การมอบหมายงานตามเนื้อหาบทเรียนที่กำหนดขึ้น
- มีการนำเสนอผลงานตามเวลาที่กำหนดให้ในแต่ละกลุ่ม
- วิเคราะห์กรณีศึกษา
- การสะท้อนแนวความคิดและความคิดเห็นของเพื่อน ๆ ในห้องเรียน
- สังเกตพฤติกรรมกลุ่มและบุคคล

๓.๓ วิธีการประเมินผลทักษะทางปัญญาของนักศึกษา

สอบกลางภาคเรียนและสอบปลายภาคเรียน โดยข้อสอบเป็นข้อสอบอัตนัยที่มีการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการเขียนแผนการตลาด

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องการพัฒนา

- สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมในกลุ่ม
- มีมนุษยสัมพันธ์อันดี แบ่งความรับผิดชอบร่วมกันตามความถนัดและความเหมาะสม
- มีการพัฒนาความเป็นผู้นำได้
- มีความสามัคคีกันในกลุ่ม
- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน และระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนได้

๔.๒ วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมกลุ่มในการทำใบงานร่วมกันและการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- การมอบหมายงานในกลุ่มและรายบุคคล เช่น การทำรายงานแผนการตลาด และการหากรณีศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจแล้วนำมาวิเคราะห์

- การนำเสนองาน

๔.๓ วิธีการประเมิน

- ดูรายงานที่นำเสนอ
- สังเกตพฤติกรรมในการทำงานเป็นกลุ่มเป็นทีม
- การทำกรณีศึกษาด้วยตนเอง

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถพัฒนาสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การเขียน โดยการทำรายงานและการนำเสนอ
ในชั้นเรียนได้
- มีทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น ส่งงานทาง E-mail
- มีการนำเสนอและยกตัวอย่างโดยใช้ Power point, Video clip
- สามารถนำความรู้และความเข้าใจทางธุรกิจไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

๕.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้ค้นคว้าด้วยตนเองจาก web site โดยมีข้อมูลอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ
- นำเสนอโดยใช้รูปแบบที่เหมาะสมและทันสมัย

๕.๓ วิธีการประเมิน

- การจัดทำรายงานและการนำเสนอผลงานด้วยสื่อเทคโนโลยี
- การมีส่วนร่วมในการอภิปราย

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน				
สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	บทที่ ๑ การบริหารการตลาดสมัยใหม่	๔	กิจกรรมการเรียนการสอน บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ กรณีศึกษา ยกตัวอย่าง นำเสนอ ผลงาน ตัวอย่าง	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๒	บทที่ ๒ กระบวนการวางแผนการตลาด	๔	กิจกรรมการเรียนการสอน บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ กรณีศึกษา ยกตัวอย่าง นำเสนอ ผลงาน ตัวอย่าง	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๓-๔	บทที่ ๓ การวิเคราะห์สถานการณ์ทาง การตลาด - การตรวจสอบตลาด - การตรวจสอบผู้บริโภค - การวิเคราะห์คู่แข่ง	๘	กิจกรรมการเรียนการสอน บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป กรณีศึกษา ยกตัวอย่าง นำเสนอผลงาน <u>ฝึกปฏิบัติวิเคราะห์สถานการณ์</u> <u>ทางการตลาดร่วมกับงานวิจัย</u> <u>ของอาจารย์ผู้สอนเรื่อง</u> <u>แผนการตลาดที่เหมาะสมกับ</u> <u>การท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะ</u> <u>พิทักษ์อำเภอหลังสวน จังหวัด</u> <u>ชุมพร</u>	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
๕	บทที่ ๔ การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ทางการตลาด และการวางตำแหน่งทางการ ตลาด	๔	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดย</u> <u>ชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.</u> <u>ชุมพร</u> นำเสนอผลงาน	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๖-๗	บทที่ ๕ การวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และ บริการ	๘	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ กรณีศึกษา ยกตัวอย่าง นำเสนอ ผลงาน ตัวอย่าง <u>กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดย</u> <u>ชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.</u> <u>ชุมพร</u>	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๘	บทที่ ๖ การวางแผนกลยุทธ์ด้านราคา	๔	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดย</u> <u>ชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.</u> <u>ชุมพร</u>	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วนและ วิทยากรรับ เชิญจากงาน วิเคราะห์ นโยบายและ แผนแม่โจ้- ชุมพร
	สอบกลางภาค			
๙-๑๐	บทที่ ๗ การวางแผนกลยุทธ์ด้านการจัด จำหน่าย	๘	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดย</u> <u>ชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.</u> <u>ชุมพร</u>	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑๑- ๑๒	บทที่ ๘ การวางแผนกลยุทธ์ด้านการ ส่งเสริมการตลาด	๘	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดย</u> <u>ชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.</u> <u>ชุมพร</u>	อ.ฉันทวรรณ แจ้งฉ้วน
๑๓	บทที่ ๙ การปฏิบัติงานตามแผนการตลาด การจัดองค์การทางการตลาด	๔	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดย</u> <u>ชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.</u> <u>ชุมพร</u>	อ.ฉันทวรรณ แจ้งฉ้วน
๑๔	บทที่ ๑๐ การควบคุมและการประเมินผล แผนการตลาด	๔	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดย</u> <u>ชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.</u> <u>ชุมพร</u>	อ.ฉันทวรรณ แจ้งฉ้วน
๑๕	นักศึกษานำเสนอแผนการตลาด	๔	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน นักศึกษานำเสนองานโดยใช้Power point เกี่ยวกับรายงานแผนการ ตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดย ชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ. ชุมพร ที่ได้รับมอบหมายในตลอด ทั้งเทอม	
	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้			
กิจกรรมที่	วิธีการประเมิน**	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน
๑.	การวิเคราะห์กรณีศึกษาและทดสอบย่อย	๑-๑๕	๑๐%
๒.	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การเข้าชั้นเรียน	๑-๑๖	๑๐%
๓.	รายงานกลุ่ม/บุคคล	๙,๑๕	๓๐%
๔.	สอบกลางภาค	๑๑	๒๕%
๕.	สอบปลายภาค	๑๗	๒๕%

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- อัจจิมา เศรษฐบุตร. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔
- พิษณุ จงสถิตวัฒนา. การบริหารการตลาด. : การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔
- อุดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด : กลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๒
- พิบูล ทีปะपाल. การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ ๒๑. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, ๒๕๔๓
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : โอเดียมสโตร์, ๒๕๔๓
- ลำอาน งามวิชา. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพฯ : โอเดียมสโตร์, ๒๕๔๓
- Kottler,Phillips. Marketing Management : The Millennium Edition : Prentice Hall International, Inc, 2000
- สุวิมล แม้นจริง. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เอช.เอ็น.กรุ๊ป, ๒๕๔๖
- นิตยสารและวารสารทางธุรกิจ เช่น กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการ Brandage Positioning

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- เว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายวิชาการวางแผนการตลาด เช่น www.brandage.com
- www.marketeer.co.th
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแผนการตลาดสำหรับการท่องเที่ยว

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ซึ่งเน้นให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนา กระบวนการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีการจัดให้มีช่องทางการนำเสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะจากนักศึกษา ดังนี้

- การร่วมพิจารณาความเหมาะสมของแนวการสอนร่วมกันในสัปดาห์แรกของการเรียนการสอน
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง
- การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนในระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลการสอน ได้จัดทำกลยุทธ์ดังนี้

- การประเมินผลการสอนแบบให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม
- ผลการสอบทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติของนักศึกษา

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน(ต่อ)

- การติดตามพัฒนาการของผู้เรียนรายบุคคล
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

๓. การปรับปรุงการสอน

- การวิจัยในชั้นเรียน
- การสังเกตของผู้สอนจากพฤติกรรมของผู้เรียนและผู้สอนเอง และนำมาปรับปรุงระหว่างการเรียนการสอนในสัปดาห์ถัดไปของภาคเรียนนั้นและ ปรับปรุงในภาคเรียนต่อไป

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชาของนักศึกษา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในรายวิชา ได้จากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ การสอบถามนักศึกษาหรือการตรวจผลงานนักศึกษา

รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย การปฏิบัติ และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในรายวิชา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปี หรือตามข้อเสนอแนะของนักศึกษาและจากผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

๕.การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมินและทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชาได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชาเพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้นดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปีหรือตามข้อเสนอแนะของนักศึกษาและจากผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ

๔