

คำนำ

ในปัจจุบันภาวะการแข่งขันทางธุรกิจมีหลายระดับ ทั้งการแข่งขันกับคู่แข่งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีทั้งคู่แข่งที่มีขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ซึ่งภาวะการแข่งขันดังกล่าว ธุรกิจที่มีความสามารถและมีโอกาสในการศึกษาการจัดการธุรกิจค้าปลีกเชิงกลยุทธ์ โดยศึกษารูปแบบของการค้าปลีก ปัญหาในการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีก การวิเคราะห์การจัดทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารระบบอุปทานลูกค้าของธุรกิจค้าปลีก รวมถึงการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การศึกษารายวิชา การจัดการธุรกิจค้าปลีกเชิงกลยุทธ์ เป็นวิชาหนึ่งที่อยู่ในหมวดวิชาเฉพาะด้านของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก ซึ่งมีผลลัพธ์การเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ศึกษา วิเคราะห์ ลักษณะและสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีก อีกทั้งยังสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาวิชานี้ไปใช้ในงานภาคธุรกิจได้

อาจารย์วิริยา บุญมาเลิศ

ผู้จัดทำ

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	1
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	2
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	2
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	3
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	6
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	8
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	9

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
คณะ / ภาควิชา สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

RTL 2305 การจัดการธุรกิจค้าปลีกเชิงกลยุทธ์ (Strategic Retail Management)

2. จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทรายวิชา

วิชาเฉพาะด้าน วิชาบังคับ ระดับปริญญาตรี

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์วิริยา บุญมาเลิศ

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 / ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

1 ธันวาคม 2557

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับรูปแบบของการค้าปลีก
- เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจและสามารถแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก
- เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์การจัดโครงสร้างองค์กรของธุรกิจกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน
- เพื่อให้ นักศึกษาสามารถจำแนก แยะแยะ รวมถึงการเลือกใช้กลยุทธ์ทางการจัดการธุรกิจค้าปลีกที่มีความเหมาะสม
- สามารถวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ในขั้นตอนการประเมินทางเลือก การซื้อ และความรู้อีกหลังการซื้อ เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกได้
- เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำหลักทฤษฎีต่างๆ ไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและการบูรณาการความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการค้าปลีก ปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก การวิเคราะห์การจัดโครงสร้างองค์กรของธุรกิจ กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน และสามารถตัดสินใจในการเลือกใช้กลยุทธ์ทางการจัดการธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการบริหารระบบโซ่อุปทานของธุรกิจค้าปลีก

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาถึงรูปแบบของการค้าปลีก ปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก การวิเคราะห์การจัดโครงสร้างองค์กรของธุรกิจ กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน ได้แก่ กลยุทธ์การขยายธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารระบบอุปทานลูกโซ่ของธุรกิจค้าปลีก รวมถึงการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
36 ชั่วโมง	ไม่มี	ไม่มี	6 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- 3.1 อาจารย์ประจำรายวิชาประกาศเวลาให้คำปรึกษาในชั่วโมงเรียน
- 3.2 อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และมีความซื่อสัตย์สุจริต
- มีวินัยต่อการเรียน ตรงต่อเวลา ส่งงานที่มอบหมายตามเวลาที่กำหนด
- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งภายในกลุ่ม
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
- มีสัมมาคารวะเคารพพบน้อมต่อผู้อาวุโส ทั้งภายในมหาวิทยาลัยและภายนอก
- แต่งกายถูกต้องตามระเบียบและรู้จักกาลเทศะ

1.2 วิธีการสอน

- อบรมสั่งสอนและเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรม มารยาทการเคารพและการแต่งกายที่นักศึกษาควรปฏิบัติ
- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในการจัดวางกลยุทธ์เพื่อธุรกิจค้าปลีก
- การกำหนดหัวข้อเพื่อให้นักศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับจรรยาบรรณในด้านการใช้กลยุทธ์การจัดการธุรกิจค้าปลีก

1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินพฤติกรรมตรงต่อเวลา ในการเข้าเรียนและการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย
- การแต่งกายและมารยาทในชั้นเรียน
- พฤติกรรมมีส่วนร่วมอภิปราย การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและการทำงานกลุ่ม
- งานที่มอบหมายมีการเรียบเรียงโดยใช้ถ้อยคำของตนเอง เนื้อหาถูกต้องตามหัวข้อและมีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับรูปแบบของการค้าปลีก
- เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจและสามารถแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก
- เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์การจัดโครงสร้างองค์กรของธุรกิจกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน
- เพื่อให้ นักศึกษาสามารถจำแนก แยะแยะ รวมถึงการเลือกใช้กลยุทธ์ทางการจัดการธุรกิจค้าปลีกที่มีความเหมาะสม
- สามารถวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ในขั้นตอนการประเมินทางเลือก การซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกได้
- เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำหลักทฤษฎีต่างๆ ไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและการบูรณาการความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้

2.2 วิธีการสอน

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาวิชา
- เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถาม และกำหนดประเด็นข้อคำถามเพื่อร่วมกันอภิปรายในห้องเรียน
- การเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยให้มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การทำแบบฝึกหัดและนำเสนอรายงาน

2.3 วิธีการประเมินผล

- ทดสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาค
- ส่งแบบฝึกหัดและการวิเคราะห์กรณีศึกษาโดยใช้กลยุทธ์ทางการจัดการธุรกิจค้าปลีกที่เกี่ยวข้อง
- ประเมินการนำเสนอรายงานและข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้า

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถใช้ความรู้ทางทฤษฎีเพื่อการคิดวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นต่อปัญหาและสถานการณ์ทางการตลาดจริงได้
- พัฒนาศามารถในการคิดอย่างมีระบบและมีวิจารณ์ญาณ และแก้ปัญหาโดยการสืบค้นศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ ผ่านแบบฝึกหัดและการศึกษาอิสระโดยการสรุปประเด็น
- ทักษะกับการแก้ปัญหาทางธุรกิจและการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

- มีการระดมสมองเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ทางด้านธุรกิจค้าปลีก และสามารถจัดวางกลยุทธ์เพื่อธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม
- การอภิปรายรายบุคคลและอภิปรายกลุ่ม การแสดงบทบาทสมมติ
- การตั้งคำถามและให้มีการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน
- ฝึกการนำเสนอรายงานโดยให้มีการนำเสนอได้อย่างเป็นระบบและน่าสนใจ

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการตอบคำถามและแสดงความคิดเห็น ทั้งรายบุคคลและรายกลุ่ม
- การทำแบบฝึกหัด การสอบย่อย สอบข้อเขียนกลางภาคและปลายภาค
- การนำเสนอรายงานกลุ่ม

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- นักศึกษามีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเอง พัฒนาการเรียนรู้ของตนเองอย่างต่อเนื่อง
- มีความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม สามารถร่วมแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสม
- มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งงานกลุ่มและรายบุคคล

- ปรับตัวให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกสถานการณ์

4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานรายบุคคลและรายงานกลุ่ม โดยให้มีการเปลี่ยนกลุ่มทำงานตามกิจกรรม เพื่อให้นักศึกษาทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
- จัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อวิเคราะห์กรณีศึกษา และนำเสนอวิธีแก้ปัญหา
- ให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากกลยุทธ์ค่าปลีกในปัจจุบัน เพื่อวางกลยุทธ์ค่าปลีกในอนาคต เพื่อให้นักศึกษาได้มีปฏิสัมพันธ์กับนักธุรกิจและบุคคลอื่น

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน
- ประเมินความรับผิดชอบจากรายงานที่นำเสนอ
- ให้นักศึกษากำหนดความรับผิดชอบในกลุ่ม และประเมินการทำงานของตนเองและสมาชิกในกลุ่มโดยมุ่งหวังให้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะโดยการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ใช้ทักษะการคำนวณเชิงตัวเลขในการแก้ปัญหาทางการวางกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม
- นำทักษะการสื่อสารในการฟัง พูด อ่าน และเขียน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษมาประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้
- สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์
- จัดทำรายงานและนำเสนอโดยพัฒนาสื่อจากคอมพิวเตอร์ตามที่ได้รับมอบหมาย

5.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้นักศึกษาสืบค้นและรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง
- ให้นักศึกษาจัดทำรายงานและสื่อโดยใช้โปรแกรม Word / PowerPoint โดยจัดข้อมูลสารสนเทศให้อยู่ในขอบเขตที่ถูกต้อง
- ให้นักศึกษาฝึกการใช้สื่อเทคโนโลยีประกอบการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

- การจัดทำรายงาน ประเมินจากการวิเคราะห์ข้อมูล การเรียบเรียงภาษา และสื่อประกอบ
- ประเมินทักษะในการสื่อสารภายในชั้นเรียน การมีส่วนร่วมและการอภิปราย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับ ที่	หัวข้อ /รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ สอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1-2	บทที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจค้าปลีก <ul style="list-style-type: none"> ➢ แนะนำรายวิชา ➢ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจค้าปลีก ➢ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจค้าปลีกเชิงกลยุทธ์ 	6	- บรรยาย ชักถาม ประเด็นสงสัย อภิปรายแสดงความคิดเห็น ทำแบบฝึกหัด - ใช้เอกสารการสอน สื่อ PowerPoint แบบทดสอบก่อนเรียน และแบบฝึกหัด	อ.วิริยา
3-4	บทที่ 2 รูปแบบของการค้าปลีก <ul style="list-style-type: none"> ➢ ประเภทของธุรกิจค้าปลีก ➢ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบของการจัดการธุรกิจค้าปลีก 	6	- บรรยาย/ยกตัวอย่าง ชักถามประเด็นสงสัย อภิปรายแสดงความคิดเห็น และวิเคราะห์กรณีศึกษา - ใช้เอกสารการสอน สื่อ PowerPoint และกรณีศึกษา	อ.วิริยา
5	บทที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก <ul style="list-style-type: none"> ➢ ปัญหาภายใน ➢ ปัญหาภายนอก 	3	- บรรยาย/ยกตัวอย่าง ชักถามประเด็นสงสัย อภิปรายแสดงความคิดเห็น และรายงานขั้นตอนการตัดสินใจ ชื่อผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง - ใช้เอกสารการสอน สื่อ PowerPoint	อ.วิริยา
6-7	บทที่ 4 การวิเคราะห์การจัดโครงสร้างของธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> ➢ โครงสร้างแนวนราบ ➢ โครงสร้างแนวตั้ง 	6	- บรรยาย/ยกตัวอย่าง ชักถามประเด็นสงสัย อภิปรายแสดงความคิดเห็น และวิเคราะห์กรณีศึกษา - ใช้เอกสารการสอน สื่อ PowerPoint และแบบฝึกหัด	อ.วิริยา

ลำดับ ที่	หัวข้อ /รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ สอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
8	สอบกลางภาค 30 คะแนน			
9-10	บทที่ 5 กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก <ul style="list-style-type: none"> ➤ Low Cost ➤ Differentiation ➤ Focus Group 	6	- บรรยาย/ยกตัวอย่าง ชักถามประเด็นสงสัย อภิปรายแสดงความคิดเห็น มอบหมายงาน การค้นคว้าข้อมูล ข่าวสารจากเว็บไซต์ - ใช้เอกสารการสอน และสื่อ PowerPoint	อ.วิริยา
11-12	บทที่ 6 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค <ul style="list-style-type: none"> ➤ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ➤ ทฤษฎีสำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 	6	- บรรยาย ยกตัวอย่าง วิธีการคำนวณชักถาม ประเด็นสงสัย - ใช้เอกสารการสอน และสื่อ PowerPoint	อ.วิริยา
13-14	บทที่ 7 การบริหารระบบโซ่อุปทานของธุรกิจค้าปลีก <ul style="list-style-type: none"> ➤ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารระบบโซ่อุปทานของธุรกิจค้าปลีก ➤ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์โซ่อุปทานเพื่อการจัดการธุรกิจค้าปลีกเชิงกลยุทธ์ 	6	- บรรยาย ชักถาม ประเด็นสงสัยอภิปราย และกำหนดหัวข้อ รายงานกลุ่ม - ใช้เอกสารการสอน และสื่อ PowerPoint	อ.วิริยา
15-16	บทที่ 8 การดำเนินธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ <ul style="list-style-type: none"> ➤ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ➤ ประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ➤ การประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในงานธุรกิจค้าปลีก 	6	- บรรยาย/ยกตัวอย่าง ชักถามประเด็นสงสัย อภิปรายแสดงความคิดเห็น รายงานผล การศึกษาธุรกิจในกลุ่มชนและเสนอแนะ - ใช้เอกสารการสอน สื่อ PowerPoint และแบบทดสอบหลังเรียน	อ.วิริยา
17	สอบปลายภาค 40 คะแนน			

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	งานที่ได้รับมอบหมาย		1 3 และ 10	10%
2	สอบกลางภาค		8	30%
3	รายงานเดี่ยว		12	20%
4	สอบปลายภาค		17	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารตำราหลัก

1. วิริยา บุญมาเลิศ เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีกเชิงกลยุทธ์. วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2555

2. หนังสือ เอกสารและข้อมูลอ้างอิงที่สำคัญ

1. ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ S.M, cnicuit Press, 2545.
2. ยุทธนา ธรรมเจริญ และคณะ. **เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการธุรกิจค้าปลีกเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2546
3. สุวสา ชัยสุรัตน์. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร, 2550.
4. Phillip Kotler. **Principle of Marketing**. Prentice Hall.Inc USA.
5. บทความทางด้านการตลาด จากวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ งานวิจัยต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ธุรกิจต่างๆ เช่น ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการ Marketeer Magazine, Search Marketing Magazine, Brandage Magazine

2. หนังสือ เอกสารและข้อมูลอ้างอิงที่แนะนำ

เว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
www.matichon.co.th,
www.brandagemag.com,
www.marketingthai.or.th,
www.manager.com,
www.4ponline.com,
www.position.com,
www.businesssthai.co.th,

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของการสอนรายวิชา โดยใช้แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา โดยครอบคลุมประเด็นในด้านคุณธรรมและจริยธรรม ความรู้และทักษะที่นักศึกษาได้รับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีและกิจกรรมการสอนของอาจารย์ผู้สอน
- การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนทุกคน ความสนใจและการมีส่วนร่วม

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การประเมินการสอนโดยคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย
- การประเมินการสอนโดยโปรแกรมและทีมสอน
- การให้ผลสะท้อนกลับจากการประเมินของนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

- การปรับปรุงการสอนจากการประเมินผลการสอนโดยอาจารย์ผู้สอน คณะกรรมการประเมิน และนักศึกษา
- โปรแกรมมีการประชุมเพื่อวางแผนการสอนอย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง
- มีการศึกษาดูงาน อบรมสัมมนา ในด้านที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง
- การฝึกอบรมเทคนิคในการสอนสมัยใหม่ เทคนิคการถ่ายทอดความรู้และการเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
- การพัฒนาโจทย์วิจัยจากชุมชน และทำงานวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น และเพิ่มความเชี่ยวชาญในสาขาวิชา

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- โปรแกรมมีการสุ่มประเมินข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนนของรายวิชา
- การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา ได้แก่ แบบฝึกหัด รายงาน ข้อสอบ โดยคณะกรรมการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะของการประเมินการสอน และผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์
- แนวทางการวางแผนการปรับปรุงจากรายงานผลการดำเนินการของรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน