



รายละเอียดรายวิชา (มคอ.3)

CIM1103 หลักการตลาด

รายละเอียดของรายวิชา หมายถึง รายละเอียดของรายวิชา หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการของแต่ละรายวิชาเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนสอดคล้องและเป็นไปตามที่วางแผนไว้ในรายละเอียดของหลักสูตร ซึ่งแต่ละรายวิชาจะกำหนดไว้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และรายละเอียดของเนื้อหาความรู้ในรายวิชา แนวทางการปลูกฝังทักษะต่างๆ ตลอดจนคุณลักษณะอื่น ๆ ที่นักศึกษาจะได้รับการพัฒนาให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของรายวิชา มีการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการเรียน วิธีการเรียน การสอน การวัดและประเมินผลในรายวิชา ตลอดจนหนังสืออ้างอิงที่นักศึกษาจะสามารถค้นคว้าได้ นอกจากนี้ยังกำหนดยุทธศาสตร์ในการประเมินรายวิชาและกระบวนการปรับปรุง

ประกอบด้วย 7 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียน

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วิทยาเขต/วิทยาลัย/สาขาวิชา วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน กรุงเทพฯ
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อวิชา

CIM1103 หลักการตลาด

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หมวดวิชาเฉพาะ วิชาแกน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์วิริยา บุญมาเลิศ

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2558 ภาคพิเศษ ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) ถ้ามี

Choose an item.

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (co-requisite) ถ้ามี

-

8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตศาลายา จังหวัดนครปฐม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

1 สิงหาคม 2558

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจแนวคิดและองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของระบบธุรกิจค้าปลีกและห้างสรรพสินค้า เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจการกำหนดและพัฒนา รูปแบบของระบบธุรกิจค้าปลีกและห้างสรรพสินค้า เพื่อให้ศึกษามีความรู้เกี่ยวกับทฤษฎี หลักการ และกลยุทธ์สำหรับการกำหนดและพัฒนา รูปแบบระบบธุรกิจค้าปลีกและห้างสรรพสินค้า

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน รูปแบบต่างๆของ กลยุทธ์ที่สำคัญของระบบธุรกิจค้าปลีกและห้างสรรพสินค้า รวมถึงแนวคิดของการดำเนินธุรกิจนี้ทั้งในประเทศและเปรียบเทียบกับนานาชาติ เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องต่อไป

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

การบริหารธุรกิจค้าปลีกและห้างทันสมัยในรูปแบบต่าง ๆ กระบวนการขาย ขั้นตอนและมาตรฐานการบริการ ความสำคัญและกลยุทธ์การทำตลาดในร้านค้า การจัดการสินค้า การจัดกลุ่มสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การดูแลรักษาสภาพร้าน การจัดการ การเงินผลประโยชน์ การดูแลผลประโยชน์ให้เป็นไปตามเป้าหมาย การบริหารข้อมูล การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อปีการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	มี 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	มี 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	มี 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ประจำรายวิชาแจ้งให้นักศึกษาทราบในสัปดาห์แรกของการเรียน หรือนัดหมายเข้าพบได้ที่ 085-2424-007

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- มีวินัยตรงเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม
- แสดงความซื่อสัตย์สุจริตอย่างสม่ำเสมอ
- ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรม

- เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม

1.2 วิธีการสอนที่จะใช้พัฒนาการเรียนรู้

- บรรยายโดยแจ้งข้อควรปฏิบัติในห้องเรียน การเข้าชั้นเรียนและส่งงานให้ตรงเวลา และเน้นการแต่งกายตามระเบียบมหาวิทยาลัย

- บรรยายโดยยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ต่อการสอบ การทำงานที่ได้รับมอบหมาย และการอ้างอิง

- มอบหมายให้ทำงานกลุ่ม เพื่อให้นักศึกษาเรียนรู้หน้าที่และบทบาทของการเป็นสมาชิก

1.3 วิธีการประเมินผล

- การเข้าชั้นเรียน การแต่งกาย และพฤติกรรมในชั้นเรียนของการนักศึกษา

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่จะได้รับ

- เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีด้านการบริหารการตลาด

- สามารถนำหลักการและทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ด้านการตลาด

2.2 วิธีการสอน

บรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน งานวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าหาบทความ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยนำมาสรุปและนำเสนอ การศึกษาโดยใช้ปัญหา และโครงงาน Problem base learning โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

2.3 วิธีการประเมินผล

1) ทดสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี 2) สังเกตความสามารถในการร่วมอภิปราย 3) การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้ากรณีตัวอย่าง 4) ตรวจผลงาน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- มีความสามารถในการวิเคราะห์เหตุการณ์ โดยใช้หลักการที่ได้เรียนมา

- สามารถแก้ไขปัญหาทางการจัดการธุรกิจค้าปลีกได้โดยนำหลักการต่างๆ

- Choose an item.

- Choose an item.

3.2 วิธีการสอน

1) การมอบหมายให้นักศึกษาทำโครงงานพิเศษ และนำเสนอผลการศึกษา 2) อภิปรายกลุ่ม 3) วิเคราะห์กรณีศึกษาในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและห้างทันสมัย 4) การสอดแทรกแนวคิดต่าง ๆ เพื่อให้ศึกษานำไปใช้ในกรณีศึกษา

3.3 วิธีการประเมินผลทักษะทางปัญญาของนักศึกษา

1) สอบกลางภาคและปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและห้างทันสมัย 2) สังเกตการร่วมอภิปราย 3) ตรวจผลงาน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องการพัฒนา

- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและบุคคลทั่วไป
- มีภาวะผู้นำ

Choose an item.

4.2 วิธีการสอน

1) จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา 2) มอบหมายงานทั้งรายบุคคลและรายกลุ่ม 3) การนำเสนอผลงาน

4.3 วิธีการประเมิน

1) ประเมินตนเองและเพื่อน ด้วยประเด็นที่กำหนด 2) สังเกตการนำเสนอผลงาน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม 3) ตรวจสอบผลงาน รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้

Choose an item.

5.2 วิธีการสอน

1) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จากเว็บไซต์ สื่อการสอน E - Learning 2) นำเสนอผลงานโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีการประเมิน

1) ตรวจสอบความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อเทคโนโลยี 2) การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปราย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	ปฐมนิเทศการเรียนการสอนของรายวิชา ภาระงาน และการประเมินผล โดยนักศึกษามีส่วนร่วมในการวางแผน ประเมินผลก่อนการเรียนการสอน	3	Choose an item. แบบบรรยาย PowerPoint เอกสารประกอบการสอน และใบงาน หนังสือ/ตำราเรียน	อ.อนุช นามภิญโญ. วิริยา ยุญมาเลิศ. เอกณรงค์ วรสีหะ. พิเศษ
2	บทที่1 ลักษณะทั่วไปของการตลาด -ความหมายและลักษณะของการตลาด -องค์ประกอบของการตลาด -แนวคิดวิวัฒนาการทางการตลาด -หน้าที่ทางการตลาด	3	แบบบรรยาย แบบอภิปรายกลุ่มย่อย PowerPoint กรณีศึกษา เอกสารประกอบการสอน และ ใบงาน	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยุญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
3	บทที่ 2 สิ่งแวดล้อมทางการตลาด	3	แบบบรรยาย	อ.อนุช นามภิญโญ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด - สิ่งแวดล้อมระดับจุลภาค - สิ่งแวดล้อมระดับมหภาค - SWOT Analysis 		PowerPoint กรณีศึกษา เอกสารประกอบการสอน และใบงาน	อ.วิริยา ยูญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
4	ทดสอบย่อย บทที่ 1-2 และบรรยาย บทที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภค <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - 6W1H – 7O's - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อ 	3	เน้นกระบวนการ แบบบรรยาย PowerPoint กรณีศึกษา	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยูญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
5	บทที่ 4 การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (STP Marketing) <ul style="list-style-type: none"> - Segmentation - targeting - Positioning 	3	เน้นกระบวนการ แบบบรรยาย เอกสารประกอบการสอน และใบงาน กรณีศึกษา	อ.อนุช นามภิญโญ.วิริยา ยูญมาเลิศ.อ.เอกณรงค์ วรสีหะ.อ. พิเศษ
6	บทที่ 4 การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (STP Marketing) <ul style="list-style-type: none"> - Segmentation - targeting - Positioning 	3	แบบบรรยาย แบบอภิปราย กรณีศึกษา PowerPoint	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยูญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
7	ทดสอบย่อย บทที่ 3-4 และบรรยายบทที่ 5 ผลิตภัณฑ์ (Product) <ul style="list-style-type: none"> - การบริหารส่วนประสมผลิตภัณฑ์ - สายผลิตภัณฑ์ - รายการผลิตภัณฑ์ - ตรายี่ห้อ ป้ายฉลาก บรรจุภัณฑ์ - กลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ 	3	แบบบรรยาย PowerPoint เอกสารประกอบการสอน และใบงาน	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยูญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
8	บทที่ 5 ผลิตภัณฑ์ (Product) <ul style="list-style-type: none"> - การบริหารส่วนประสมผลิตภัณฑ์ - สายผลิตภัณฑ์ - รายการผลิตภัณฑ์ - ตรายี่ห้อ ป้ายฉลาก บรรจุภัณฑ์ - กลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ 	3	แบบบรรยาย แบบอภิปราย PowerPoint การศึกษานอกสถานที่ เอกสารประกอบการสอน และใบงาน	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยูญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
9	สอบกลางภาค			

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
10	บทที่ 6 ราคา (Price) - วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา - การเลือกวิธีการตั้งราคา - การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา	3	แบบบรรยาย กระบวนการกลุ่ม การสาธิต กรณีศึกษา PowerPoint	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยุญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
11	บทที่ 7 ช่องทางการจัดจำหน่าย - ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย - หน้าที่การตลาดภายในช่องทางการตลาด - ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค-บริโภค และสินค้าอุตสาหกรรม	3	Choose an item. แบบบรรยาย แสดงบทบาทสมมติ PowerPoint	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยุญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
12	ทดสอบย่อย บทที่ 6-7 และบรรยาย บทที่ 8 การส่งเสริมการตลาด - วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการตลาด - การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน (IMC) - กลยุทธ์ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด - การวัดผลการส่งเสริมการตลาด	3	แบบบรรยาย แบบสถานการณ์จำลอง PowerPoint เอกสารประกอบการสอน และใบงาน	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยุญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
13	บทที่ 8 การส่งเสริมการตลาด - วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการตลาด - การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน (IMC) - กลยุทธ์ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด - การวัดผลการส่งเสริมการตลาด	3	แบบบรรยาย แบบสถานการณ์จำลอง กรณีศึกษา PowerPoint	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยุญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
14	บทที่ 9 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ - แรงขับเคลื่อนที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ - วิธีการปฏิบัติทางการตลาดในรูปแบบของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ - การจัดตั้งเว็บไซต์	3	เน้นกระบวนการ แบบบรรยาย PowerPoint กรณีศึกษา เอกสารประกอบการสอน และใบงาน	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยุญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
15	บทที่ 10 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - ความหมาย ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ - ประโยชน์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3	Choose an item. แบบบรรยาย กรณีศึกษา PowerPoint	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยุญมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
	- องค์ประกอบหลักทั่วไปของการจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ - เทคโนโลยีที่จำเป็นต้องใช้ในการ บริหารลูกค้าสัมพันธ์			
16	นักศึกษานำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย /อาจารย์ทบทวน	3	แบบบรรยาย แสดงบทบาทสมมติ กรณีศึกษา PowerPoint เอกสารประกอบการสอน และใบงาน	อ.อนุช นามภิญโญ อ.วิริยา ยุฎุมาเลิศ อ.เอกณรงค์ วรสีหะ อ. พิเศษ
17	สอบปลายภาค			

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	ลำดับที่ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมิน
ความรู้	สอบกลางภาค	9	30%
ความรู้	สอบปลายภาค	17	40%
ทักษะทางปัญญา/ ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ	วิเคราะห์กรณีศึกษา คำนคว้า การ นำเสนอรายงาน การทำงานกลุ่มและ ผลงาน การส่งงานตามที่มอบหมาย	ตลอดภาคเรียน	20%
ทักษะทางปัญญา	การมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม แสดง ความคิดเห็น การเข้าชั้นเรียน	ตลอดภาคเรียน	10%

ระบุผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยตามที่ปรากฏใน Curriculum Mapping

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

1. การบริหารการตลาด ชื่อผู้แต่ง เซาว์ โรจนแสง
2. หลักการตลาด ชื่อผู้แต่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์
3. การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ชื่อผู้แต่ง กตัญญู หิรัญสมบุญ
4. พฤติกรรมผู้บริโภค ชื่อผู้แต่ง อุดลย์ จาตุรงค์กุล
5. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ เช่น กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ และผู้จัดการ เป็นต้น

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

บทความเกี่ยวกับการตลาด นิตยสาร หนังสือพิมพ์ งานวิจัยต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจต่างๆ เช่น ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการ Marketeer Magazine, Search Marketing Magazine, Brandage Magazine

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- นิตยสารทางการตลาด Brand age , Positioning , Marketier .

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

แบบประเมินผู้สอน (จัดทำโดยวิทยาลัย) และนักศึกษาประเมินการพัฒนาของตนเองเมื่อเปรียบเทียบความรู้และทักษะก่อนและหลังเรียนวิชานี้

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ผลการเรียนของนักศึกษา ปัญหาและอุปสรรคของนักศึกษา แนวทางการแก้ไข และผู้สอนประเมินตนเอง

3. การปรับปรุงการสอน

การประชุมในสาขาวิชาถึงปัญหาและอุปสรรค ตลอดถึงแนวทางแก้ไขเพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงรายวิชาต่อไป

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชาของนักศึกษา

คณะกรรมการในสาขาวิชาตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้อันของนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายวิชาทุกภาคเรียน หรือสลับอาจารย์ผู้สอน