



ปรับปรุง: พ.ศ. 2565

หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[1]

รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)
ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ภาษาไทย การจัดการตลาดสมัยใหม่
ภาษาอังกฤษ Modern Marketing Management

2. จำนวนหน่วยกิต 3(2-2-5)

(ทฤษฎี 30 ชม. ปฏิบัติ 30 ชม. ศึกษาด้วยตนเอง 75 ชม. /สัปดาห์)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตร

- ระดับปริญญาตรี ระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต
 ระดับปริญญาโท ระดับปริญญาเอก

3.2 ประเภทของรายวิชา

- วิชาพื้นฐาน วิชาบังคับ วิชาเลือก
 วิชาเลือกเสรี อื่น ๆ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	คณะ/สาขาวิชา	โทรศัพท์	E-mail	หมายเหตุ
1.	อ.เสรี บุญรัตน์	การจัดการ สมัยใหม่	086-2907852	Saree.b@tsu.ac.th	

4.2 อาจารย์ผู้สอน

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	คณะ/สาขาวิชา	โทรศัพท์	E-mail	หมายเหตุ
1.	อ.เสรี บุญรัตน์	การจัดการสมัยใหม่	086-2907852	Saree.b@tsu.ac.th	
2.	อ.อรอนงค์ อ่ำภา	การจัดการสมัยใหม่	083-8550054	Ornanong.a@tsu.ac.th	



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[2]

5. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา ชั้นปีที่เรียน

5.1 ภาคเรียนที่ 1/2567 ชั้นปีที่ 1

5.2 จำนวนผู้เรียน --- คน

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

มี ระบุ

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

มี ระบุ

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยทักษิณ

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ เดือน พ.ศ.



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ปบัณฑิต โท ปบัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[3]

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา (Course Goals)

1. เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการจัดการในการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบัน
2. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะในการจัดการรูปแบบธุรกิจในตลาดสมัยใหม่
3. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์องค์ความรู้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดสมัยใหม่ที่มีความหลากหลายและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลง
4. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมทางการตลาด และสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้าได้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course-level Learning Outcomes: CLOs)

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนแล้ว นิสิตที่สำเร็จการศึกษาในรายวิชาสามารถ (CLOs)

1. CLO1 เข้าใจและอธิบายความหมาย ความสำคัญและองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการตลาดสมัยใหม่
2. CLO2 เข้าใจการจัดการตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้าในการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคในปัจจุบันทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์
3. CLO3 สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมทางการตลาด และนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้าสำหรับการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ปบัณฑิต โท ปบัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[4]

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

(ภาษาไทย)

ความหมาย และความสำคัญของการปรับตัวทางการตลาดสมัยใหม่ กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ การวิเคราะห์พฤติกรรมทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การปรับกระบวนการคิดทางการตลาด

จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ภาคทฤษฎี (ชั่วโมง)	ภาคปฏิบัติ (ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
30	30	75

2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นิสิตเป็นรายกลุ่มหรือรายบุคคล

ไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ (ทุกช่องทาง)

- นิสิตขอคำปรึกษา (Office hours) อาจารย์เสรี บุญรัตน์ ได้ทุกวันจันทร์และศุกร์ ระหว่างเวลา 12.00 – 13.00 น. ห้องพักอาจารย์ สำนักงานวิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ ชั้น 3 อาคาร 18 (ผู้ประสานงานรายวิชา อ.เสรี บุญรัตน์)

- นิสิตขอคำปรึกษา (Office hours) อาจารย์ประจำกลุ่มผ่านช่องทางที่อาจารย์กำหนด เบอร์ติดต่อ 086-2907852 ID 0862907852

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับรายวิชาของนิสิต

1. ความรู้ หรือทักษะที่รายวิชามุ่งหวังที่จะพัฒนานิสิต (CLOs)

1. CLO1 เข้าใจและอธิบายความหมาย ความสำคัญและองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการตลาดสมัยใหม่

2. CLO2 เข้าใจการจัดการตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้าในการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคในปัจจุบันทั้งในรูปแบบออนไลน์

3. CLO3 สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมทางการตลาด และนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้าสำหรับการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[5]

2. วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้ หรือ ทักษะ ในข้อ 1 และการวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรายวิชา

CLOs	วิธีสอน/วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้	วิธีการวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้/เครื่องมือในการวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้
CLO1	1. การบรรยายในชั้นเรียนเน้น Active Based Learning, Project Based Learning 2. การจัดการเรียนการสอนโดยเน้นกิจกรรมกลุ่ม Workshop และ Sharing Idea ของผู้เรียนเพื่อแลกเปลี่ยนความคิด	1. ประเมินจากการนำเสนอในชั้นเรียนเพื่อให้นิสิตเกิดการคิด วิเคราะห์ การมีส่วนร่วมในห้องเรียน 2. แบบทดสอบในการประเมินเพื่อให้นิสิตได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ได้ศึกษา
CLO2	1. การบรรยายในชั้นเรียนเน้น Active Based Learning, Project Based Learning 2. การฝึกการคิดวิเคราะห์จากกรณีศึกษา 3. การบรรยายในชั้นเรียนโดยวิทยากรที่มีความชำนาญในด้านการตลาด เพื่อให้นิสิตได้แลกเปลี่ยนแนวคิดในการจัดการตลาดสมัยใหม่	1. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในชั้นเรียนในประเด็นความเข้าใจ 2. แบบทดสอบจากกรณีศึกษาประเมินความเข้าใจและการคิดวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ 3. ประเมินจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กิจกรรมในชั้นเรียน/แลกเปลี่ยนความคิดกับวิทยากร
CLO3	1. การบรรยายในชั้นเรียนเน้น Active Based Learning ให้นิสิตได้สร้างรูปแบบและกลยุทธ์ในการจัดการตลาดสมัยใหม่ในรูปแบบธุรกิจที่นิสิตสนใจ 2. การศึกษาผ่านกรณีศึกษาที่เป็นตัวอย่าง ให้นิสิตมองเห็นภาพการจัดการตลาด และการวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการตลาดในปัจจุบัน	1. ประเมินด้วยแบบประเมินการออกแบบการจัดการตลาดสำหรับธุรกิจและนำเสนอรายกลุ่ม/รายบุคคล 2. แบบทดสอบจากกรณีศึกษาจากโจทย์ที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินงานจริงเพื่อนำเสนอให้ผู้รับบริการพิจารณา



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[6]

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

คาบที่	บทที่/หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		วิธีการ : สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		ภาค ทฤษฎี	ภาค ปฏิบัติ		
1	- ชี้แจงรายละเอียดแนวทางการจัดการเรียนตาม มคอ.3 เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างผู้เรียนและผู้สอน รวมทั้งเกณฑ์การประเมินผลการเรียนรู้ตลอดทั้งปีการศึกษา - ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการตลาดสมัยใหม่	2	2	บรรยายผ่านระบบ TSU-MOOC เนื่องจากได้มีการบันทึกเอกสารในระบบเพื่อสื่อสารให้นิสิตได้ทราบ การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา (Case) การเรียนรู้จากบุคคลต้นแบบกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สื่อการสอนเอกสารประกอบการสอน Power Point	อาจารย์เสรี บุญรัตน์
2-3	- ความหมาย - องค์ประกอบของการจัดการตลาดสมัยใหม่ - ความสำคัญความสำคัญของการปรับตัวทางการตลาดสมัยใหม่ - หน้าที่ทางการตลาดสมัยใหม่ - แนวคิดทางการจัดการตลาดสมัยใหม่	4	4	การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา (Case) การเรียนรู้จากบุคคลต้นแบบกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สื่อการสอนเอกสารประกอบการสอน Power Point VDO การจัดการประชุม	อาจารย์เสรี บุญรัตน์
4-5	- การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย - การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ทางการจัดการตลาดสมัยใหม่ - กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่	2	2	การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา (Case) การเรียนรู้จากบุคคลต้นแบบกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สื่อการสอนเอกสารประกอบการสอน Power Point VDO การจัดการประชุม	อาจารย์เสรี บุญรัตน์/วิทยากร
5-6	- การเข้าสู่ตลาดของธุรกิจใหม่มีรูปแบบและแนวทางอย่างไร	4	4	การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา (Case) การเรียนรู้จากบุคคลต้นแบบกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สื่อการสอนเอกสารประกอบการสอน Power Point	อาจารย์เสรี บุญรัตน์



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[7]

คาบที่	บทที่/หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		วิธีการ : สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		ภาค ทฤษฎี	ภาค ปฏิบัติ		
				VDO การจัดการประชุม	
7-8	- Target Market Selection การเลือก ตลาดเป้าหมายสำหรับธุรกิจ - การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ “6w 1H analysis Model	4	4	การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา (Case) การเรียนรู้จากบุคคลต้นแบบกิจกรรมแลกเปลี่ยน เรียนรู้ สื่อการสอนเอกสารประกอบการสอน Power Point VDO การจัดการประชุม	อาจารย์เสรี บุญรัตน์/ วิทยากร
9	สอบกลางภาค	4	-		
10-11	- การปรับตัวทางการตลาดสู่เศรษฐกิจ ใหม่ Online Marketing กับ Offline Marketing แตกต่างกันอย่างไรร	2	2	การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา (Case) การเรียนรู้จากบุคคลต้นแบบกิจกรรมแลกเปลี่ยน เรียนรู้ สื่อการสอนเอกสารประกอบการสอน Power Point VDO การจัดการประชุม	อาจารย์อรอนงค์ อำภา
12-13	- กลยุทธ์การปรับกระบวนการคิดทาง การตลาด			การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา (Case) การเรียนรู้จากบุคคลต้นแบบกิจกรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สื่อการสอนเอกสารประกอบการสอน Power Point	อาจารย์อร อนงค์ อำภา
15-16					อาจารย์อร อนงค์ อำภา
17	สอบปลายภาค				
18	สอบปลายภาค				
	รวมชั่วโมง ตลอดภาคการศึกษา	30	30		

2. แผนการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับรายวิชา CLOs

2.1 การวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้

ก. การประเมินเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (Formative Assessment)

.....

ข. การประเมินเพื่อตัดสินผลการเรียนรู้ (Summative Assessment)



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[8]

(1) วิธีการ/เครื่องมือและน้ำหนักในการวัดและประเมินผล

ผลลัพธ์การเรียนรู้	วิธีการวัดผล		น้ำหนัก (ร้อยละ)
	วิธีการ	เครื่องมือที่ใช้	
1. CLO1 เข้าใจและอธิบายความหมาย ความสำคัญและองค์ประกอบที่สำคัญ ของการจัดการตลาดสมัยใหม่	สร้างคำถามโดยสอนและ ผู้เรียนระหว่างทำการสอน การเขียนสะท้อนการเรียนรู้ (Reflection) และการพูดคุย ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน	แบบทดสอบในประเด็น หัวข้อที่สอดคล้องกับการ จัดการเรียนการสอนเพื่อ ทดสอบทักษะและองค์ ความรู้ของผู้เรียน	20
CLO2 เข้าใจการจัดการตลาด เป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์ ผลลัพธ์และตราสินค้าในการสร้าง การรับรู้ของผู้บริโภคในปัจจุบันทั้งใน รูปแบบออนไลน์	สร้างการมีส่วนร่วมของนิสิต กับโครงการต่างๆที่ให้นิสิตได้ คิดวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ	การประเมินผลงานของนิสิต ในการนำเสนอทั้งรูปแบบ รายงานและการนำเสนอ ขึ้นงาน	30
CLO3 สามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ทางการตลาด และนำไปสู่การกำหนด กลยุทธ์ผลลัพธ์และตราสินค้า สำหรับการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่	วิเคราะห์พฤติกรรมทาง การตลาด และนำไปสู่การ กำหนดกลยุทธ์ผลลัพธ์ และตราสินค้า	การประเมินผลงานของนิสิต ในการนำเสนอทั้งรูปแบบ รายงานและการนำเสนองาน	50
รวม			

(2) ระบบการประเมินผลการเรียนรายวิชา

คะแนน	ระดับชั้น
80 ขึ้นไป	A
75-79	B+
71-74	B
65-70	C+
61-64	C
55-60	D+
50-54	D

(3) การสอบแก้ตัว (ถ้ารายวิชากำหนดให้มีการสอบแก้ตัว)



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[9]

ในกรณีที่นิสิตนำเสนองานการจัดประชุมไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน จะมีให้สอบแก้ตัวจำนวน 1 ครั้ง เพื่อให้ให้นิสิตได้ปรับแก้ไขการนำเสนอ/กิจกรรมที่สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่ ทั้งนี้ การให้คะแนนไม่มีการปรับคะแนนที่ลดน้อยลง

3. การอุทธรณ์ของนิสิต

กรณีนิสิตมีข้อสงสัยหรือต้องการคำชี้แจง เกี่ยวกับการจัดสอบ การให้คะแนนและการประเมินผลนิสิตสามารถอุทธรณ์ขอทราบข้อสงสัย หรือคำชี้แจง ได้ตลอดภาคการศึกษาผ่านอาจารย์ผู้สอนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร รวมไปถึงช่องทางอื่นๆของคณะ โดยมีอาจารย์ผู้ประสานรายวิชา อาจารย์เสรี บุญรัตน์และเจ้าหน้าที่ฝ่ายวิชาการและกิจการนิสิตประจำวิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา 086-2907852 อาคาร 18 ชั้น 3 และช่องทางวิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา ค่อยรับคำปรึกษา

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก (Required Texts)

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง.สร้างคอนเทนต์มัดใจลูกค้า How to Do Content Market Right –
กรุงเทพฯ: 2564

สมชาติ กิจยรรยง. สู่กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่: IBC GROUP

ผศ.ดร.สุดาพร กุณทลบุตร หลักการตลาดสมัยใหม่. 2562 IBC GROUP

ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี การจัดการตลาด.

เอกสารและข้อมูลแนะนำ (Suggested Materials)

รศ.ดร.สืบชาติ อันทะไชย เอกสารคำสอน หลักการตลาด 2562

ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี วารสารการจัดการตลาด

<https://thaimooc.org/> (ธุรกิจและการบริหารจัดการ)

2. ทรัพยากรอื่น ๆ (ถ้ามี)

วิทยากรด้านการจัดการตลาด

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในด้านการจัดการตลาด



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ปบัณฑิต โท ปบัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[10]

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนิสิต

1.1 ประเมินผลการเรียนรู้ของนิสิตตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนแต่ละหัวข้อ

1.2 จัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อสะท้อนความคิดของผู้เรียนต่อการจัดการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 7 ก่อนสอบกลางภาค)

1.3 การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

2.1 การสังเกตพฤติกรรมของนิสิตระหว่างการจัดการเรียนการสอน และประเมินผลการเรียนรู้ของนิสิตตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนแต่ละหัวข้อ

2.2 แบบประเมินผลการสอน ซึ่งเป็นแบบประเมินผลการสอนของมหาวิทยาลัย ที่กำหนดให้มีการประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน โดยนิสิต

2.3 จัดประชุมทีมผู้สอนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสะท้อนผลการจัดการเรียนการสอน

3. การปรับปรุงการสอน

ในกรณีที่จัดการเรียนการสอนนิสิตไม่เป็นไปตามผลสัมฤทธิ์ในการกำหนด PLOs ให้อาจารย์ประจำรายวิชาและอาจารย์ผู้สอนนำเข้าพิจารณาในคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อร่วมกันพิจารณาแนวทางการสอนและรูปแบบการวัดและประเมินผลใหม่

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิตในรายวิชา

4.1 อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบผลการเรียนรู้ของนิสิต โดยการตรวจสอบข้อสอบ และตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนิสิตทุกภาคการศึกษา

4.2 ตรวจสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิตตาม Course-level Learning Outcomes: CLOs

4.3 ตรวจสอบจากรายงานผลการจัดการเรียนการสอนใน มคอ. 5

4.4 อาจารย์ผู้รับผิดชอบประเมินข้อสอบว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดการเรียนการสอน

4.5 ประเมินผลงานนิสิตให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

5.1 ประชุมอาจารย์ผู้สอนเพื่อนำผลการประเมินต่างๆ มาปรับปรุงเนื้อหาวิชา รูปแบบและวิธีการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์

5.2 ประชุมอาจารย์ผู้สอนเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่าภาคการศึกษาละ 2-3 ครั้ง เพื่อร่วมกันหารือแนวทางหรือวางแผนปรับปรุงพัฒนารายวิชา



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ปบัณฑิต โท ปบัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[11]

5.3 นำผลการประเมินจากนิสิตมาปรับปรุงเพื่อพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการเรียนการสอนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบในการจัดการเรียนการสอน

ภาคผนวก

ความสอดคล้องระหว่างรายวิชากับหมวดวิชาเฉพาะของหลักสูตร

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง CLOs ระดับรายวิชา และผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) (หมายเลขในตาราง = Sub LOs)

1503105	ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)					
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
CLO1 เข้าใจและอธิบายความหมาย ความสำคัญและองค์ประกอบที่สำคัญ ของการจัดการตลาดสมัยใหม่	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
CLO2 เข้าใจการจัดการตลาด เป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์ ผลิตภัณฑ์และตราสินค้าในการสร้าง การรับรู้ของผู้บริโภคในปัจจุบันทั้งใน รูปแบบออนไลน์			<input checked="" type="checkbox"/>			
CLO3 สามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ทางการตลาด และนำไปสู่การกำหนด กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า สำหรับการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

ตารางที่ 2 แสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ที่รายวิชารับผิดชอบ (โดยพิจารณาจาก เล่ม มคอ.2 หมวดที่ 2)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตร (PLOs) [สมรรถนะ]	ผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อย (Sub PLOs) [รู้และเข้าใจ (know) ทักษะ (skills) เจตคติ (attitude)]
PLO 1:	K1 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการคิดวิเคราะห์ด้านการตลาดและการบริหารจัดการ อย่างสร้างสรรค์



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ปบัณฑิต โท ปบัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[12]

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตร (PLOs) [สมรรถนะ]	ผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อย (Sub PLOs) [รู้และเข้าใจ (know) ทักษะ (skills) เจตคติ (attitude)]
<p>PLO 1 มีความรู้ความเข้าใจแนวคิด ทฤษฎีและทักษะด้านการจัดการได้อย่างถ่องแท้ มีความคิดสร้างสรรค์ มีวิจรรย์ญาณ การแก้ปัญหา คิดวิเคราะห์ความรู้ได้อย่างเป็นระบบ</p> <p>Sub PLO 1A มีความรู้ความเข้าใจแนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ</p> <p>Sub PLO 1B มีทักษะด้านการจัดการ มีความคิดสร้างสรรค์ มีวิจรรย์ญาณ การแก้ปัญหา คิด วิเคราะห์ความรู้ได้อย่างเป็นระบบ</p>	<p>K2 รู้และเข้าใจระบบการเงินและบัญชีในการจัดการองค์กร</p> <p>K3 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับบริบทชุมชนและภาคบริการ</p> <p>S1 มีทักษะด้านการการตลาดและการบริหารจัดการอย่างสร้างสรรค์นำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริง</p> <p>S2 มีทักษะการวิเคราะห์ด้านตัวเลข</p> <p>S3 มีทักษะในการอยู่ร่วมกับชุมชนและการบริการตามมาตรฐานสากล</p> <p>A1 มีเจตคติที่ดีต่อการตลาดและการบริหารจัดการคิดอย่างสร้างสรรค์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้</p> <p>A2 มีเจตคติที่ดีต่อระบบการบัญชีในการจัดการองค์กร</p> <p>A3 มีเจตคติที่ดีต่อการชุมชนในการบริการ</p>
<p>PLO 2:</p> <p>PLO 2 สามารถบูรณาการองค์ความรู้ทางการจัดการเพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณวิชาชีพ</p> <p>Sub PLO 2A ประยุกต์องค์ความรู้ทางการจัดการเพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสม</p> <p>Sub PLO 2B บูรณาการองค์ความรู้การจัดการกับการปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย ตรงต่อหน้าที่ และมีจรรยาบรรณวิชาชีพ</p>	<p>K1 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>K2 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ให้บริการ</p> <p>K3 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้รับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>S1 มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>S2 มีทักษะการเป็นผู้ให้บริการ</p> <p>S3 มีทักษะการเป็นผู้รับผิดชอบต่อสังคมและธุรกิจ</p> <p>A1 มีเจตคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>A2 มีเจตคติที่ดีต่อการเป็นผู้ให้บริการ</p> <p>A3 มีเจตคติที่ดีต่อการเป็นผู้รับผิดชอบต่อสังคมและธุรกิจจกคและธุรกิจ</p>
<p>PLO 3:</p> <p>PLO 3 สามารถทำงานเป็นทีม มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน มีกรอบแนวคิดด้านการประกอบการและเป็นผู้ดำเนินการจัดการนวัตกรรมสังคม</p> <p>Sub PLO 3A แสดงออกถึงภาวะผู้นำด้านการจัดการนวัตกรรมสังคม</p>	<p>K1 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีมในด้านภาวะผู้นำของผู้ประกอบการทางสังคม</p> <p>K2 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการในการร่วมงานกับผู้อื่น</p> <p>K3 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการสมัยใหม่</p> <p>S1 มีทักษะการทำงานเป็นทีมในด้านภาวะผู้นำของผู้ประกอบการทางสังคม</p> <p>S2 มีทักษะการบริหารจัดการในการดำเนินงานร่วมกับผู้อื่น</p> <p>S3 มีทักษะการสร้างมนุษยสัมพันธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่</p>



หลักสูตร การจัดการบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่
รหัสวิชา 1503105

ระดับปริญญา ตรี ปบัณฑิต โท ปบัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย การจัดการเพื่อการพัฒนา
ชื่อรายวิชา การจัดการตลาดสมัยใหม่

[13]

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตร (PLOs) [สมรรถนะ]	ผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อย (Sub PLOs) [รู้และเข้าใจ (know) ทักษะ (skills) เจตคติ (attitude)]
Sub PLO 3B สามารถทำงานเป็นทีม และมีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน	A1 มีเจตคติที่ดีในการทำงานเป็นทีมต่อภาวะผู้นำของผู้ประกอบการทางสังคม A2 มีเจตคติที่ดีในการบริหารจัดการการดำเนินงานร่วมกับผู้อื่น A3 มีเจตคติที่ดีในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการสมัยใหม่
<p>PLO 4: มีทักษะการสื่อสารและการจัดการ เทคโนโลยีดิจิทัล อย่างเหมาะสม</p> <p>Sub PLO 4A ประยุกต์ทักษะในการสื่อสาร ได้อย่างชัดเจนเหมาะสมสอดคล้องกับ สภาพแวดล้อมที่หลากหลาย</p> <p>Sub PLO 4B เท่าทันสารสนเทศ เท่าทันสื่อ เท่าทันเทคโนโลยี และประยุกต์การจัดการ เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม</p>	<p>K1 มีความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและหลักการใช้ ภาษาต่างประเทศต่อวิชาชีพ</p> <p>K2 มีความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร</p> <p>K3 มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ภาษาอย่างสร้างสรรค์</p> <p>S1 มีทักษะการใช้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและหลักการใช้ภาษาต่างประเทศต่อ วิชาชีพ</p> <p>S2 มีทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร</p> <p>S3 มีทักษะการใช้ภาษาอย่างสร้างสรรค์</p> <p>A1 มีเจตคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและหลักการใช้ภาษาต่างประเทศต่อ วิชาชีพ</p> <p>A2 มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร</p> <p>A3 มีทัศนคติที่ดีต่อการการใช้ภาษาอย่างสร้างสรรค์</p>
<p>PLO 6: PLO 6 มีการพัฒนาผลงานสร้างสรรค์ และงานวิจัย ด้านการจัดการนวัตกรรม สังคมอย่างเป็นระบบ แสดงออกถึง คุณลักษณะผู้นำด้านการจัดการนวัตกรรม สังคม</p> <p>Sub PLO 6A คิด วิเคราะห์งานวิจัยอย่าง เป็นระบบ มีเหตุผล และสร้างสรรค์ งานวิจัยอย่างเป็นระบบ</p> <p>Sub PLO 6B การจัดการนวัตกรรมสังคม แสดงออกถึงการท่องเที่ยวและการ ประกอบการทางสังคมอย่างเป็นระบบ</p>	<p>K1 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้องค์ความรู้กับงานวิจัย</p> <p>K2 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคิด วิเคราะห์ และการตัดสินใจรวมถึงการ สร้างสรรค์ผลงานในวิชาชีพเชิงนวัตกรรม</p> <p>K3 มีความรู้ความเข้าใจการใช้องค์ความรู้และการคิดอย่างสร้างสรรค์และมี เหตุผลในการพัฒนาผลงานที่สร้างสรรค์ผลงานวิจัย</p> <p>S1 มีทักษะการประยุกต์ใช้องค์ความรู้กับงานวิจัย</p> <p>S2 มีทักษะการสร้างสรรค์ผลงานวิจัยในวิชาชีพ</p> <p>S3 มีทักษะการพัฒนาผลงานที่สร้างสรรค์สู่งานวิจัย</p> <p>A1 มีเจตคติที่ดีต่อการประยุกต์ใช้องค์ความรู้กับงานวิจัย</p> <p>A2 มีทัศนคติที่ดีต่อการสร้างสรรค์ผลงานวิจัยในวิชาชีพ</p> <p>A3 มีทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาผลงานที่สร้างสรรค์สู่งานวิจัย</p>