



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[1]

รายละเอียดของรายวิชา (TSU03)
ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสรายวิชา 0901332
ภาษาไทย การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์
ภาษาอังกฤษ Marketing for Soft Power Development

2. จำนวนหน่วยกิต 3(2-2-5)

(ทฤษฎี 2 ชม. ปฏิบัติ 2 ชม. ศึกษาด้วยตนเอง 5 ชม. /สัปดาห์)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตร

ระดับปริญญาตรี ระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต
 ระดับปริญญาโท ระดับปริญญาเอก

3.2 ประเภทของรายวิชา

วิชาศึกษาทั่วไป วิชาพื้นฐาน วิชาแกน วิชาบังคับ
 วิชาเลือก วิชาเลือกเสรี อื่น ๆ วิชาโทผู้ประกอบการท่องเที่ยวดิจิทัล

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	คณะ/สาขาวิชา	โทรศัพท์	E-mail	หมายเหตุ
1	อาจารย์ ดร.วศิน ประดิษฐ์ศิลป์	สหวิทยาการและการประกอบการ/ ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิง ประกอบการ/การประกอบการด้วย นวัตกรรม	0805563015	wasin.p@tsu.ac.th	-

4.2 อาจารย์ผู้สอน

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	คณะ/สาขาวิชา	โทรศัพท์	E-mail	หมายเหตุ
1	อาจารย์ ดร.วศิน ประดิษฐ์ศิลป์	สหวิทยาการและการ ประกอบการ/ภาษาอังกฤษเพื่อ การสื่อสารเชิงประกอบการ/การ ประกอบการด้วยนวัตกรรม	0805563015	wasin.p@tsu.ac.th	-



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[2]

5. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา ชั้นปีที่เรียน

5.1 ภาคเรียนที่ 1/2568 ชั้นปีที่ 2

5.2 จำนวนผู้เรียน 50 คน

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

มี ระบุ

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

มี ระบุ วิชาในชุดวิชาตามความเชี่ยวชาญ หลักสูตร ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิง
ประกอบการ) คณะสหวิทยาการและการประกอบการ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ไม่มี

8. สถานที่เรียน มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง และออนไลน์

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ 3 เดือน มกราคม พ.ศ. 2568

(จัดการเรียนการสอนเป็นครั้งแรก)



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[3]

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา (Course Goals)

เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และทักษะพร้อมสำหรับการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลบนเศรษฐกิจฐานความรู้ โดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ การตลาด 5.0 และแนวคิด Soft Power ที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการสร้างคุณค่าสำหรับผู้บริโภค มาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างเท่าทันและถูกต้องตามจรรยาบรรณการประกอบธุรกิจบนฐานวัฒนธรรม

2. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course-level Learning Outcomes: CLOs)

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนแล้ว นิสิตที่สำเร็จการศึกษาในรายวิชาสามารถ

1. CLO1 อธิบายความหมายของการตลาด การตลาดดิจิทัล การตลาดซอฟต์แวร์ การสร้างแบรนด์ชาติ และการสื่อสารระหว่างประเทศแบบบูรณาการได้อย่างถูกต้องตามหลักการ
2. CLO2 ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด การตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ชาติในการส่งเสริมการใช้ซอฟต์แวร์ของภาคประชาสังคม ธุรกิจ สื่อมวลชน และของชาติ ผ่านกรณีศึกษาทั้งในห้องเรียนและในสถานการณ์จริงได้
3. CLO3 วิพากษ์กรณีศึกษาการใช้ซอฟต์แวร์ของประเทศต่าง ๆ ด้วยหลักจริยธรรมและความเป็นวิชาชีพนักจัดการการสื่อสารระหว่างประเทศได้



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[4]

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

(ภาษาไทย)

หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์และสภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การออกแบบและวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การสร้างแบรนด์ของชาติ จริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการตลาดระหว่างประเทศ การพัฒนาสินค้าวัฒนธรรม กลยุทธ์การกำหนดราคาและการสร้างคุณค่าร่วม การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อการสื่อสารระหว่างประเทศ กรณีศึกษานานาชาติด้านการทูตสาธารณะ และการจัดการการรณรงค์เพื่อสร้างแบรนด์ของชาติ

(ภาษาอังกฤษ)

Principles of marketing and digital marketing; marketing strategies and environments; consumer behaviors; target market designs and analyses; nation branding; ethics and laws for marketing and international marketing; cultural product development; pricing strategies and value co-creation; SCM; strategic communication for international communication; global public diplomacy case studies; nation branding campaigns

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

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

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นิสิตเป็นรายกลุ่มหรือรายบุคคล

2 ชั่วโมง/สัปดาห์ ในอังคาร เวลา 16.00-18.00 น. หรือตามที่นัดหมายกันล่วงหน้า โดยสามารถนัดหมายอาจารย์ในห้องเรียน ผ่าน Line OpenChat: M4SP หรืออีเมล: wasin.p@tsu.ac.th



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[5]

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับรายวิชาของนิสิต

1. ความรู้ หรือทักษะที่รายวิชามุ่งหวังที่จะพัฒนานิสิต (CLOs)

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนแล้ว นิสิตที่สำเร็จการศึกษาในรายวิชานี้จะสามารถ

1. CLO1 อธิบายความหมายของการตลาด การตลาดดิจิทัล การตลาดซอฟต์แวร์ การสร้างแบรนด์ชาติ และการสื่อสารระหว่างประเทศแบบบูรณาการได้อย่างถูกต้องตามหลักการ
2. CLO2 ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด การตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ชาติในการส่งเสริมการใช้ซอฟต์แวร์ของภาคประชาสังคม ธุรกิจ สื่อมวลชน และของชาติ ผ่านกรณีศึกษาทั้งในห้องเรียนและในสถานการณ์จริงได้
3. CLO3 วิพากษ์กรณีศึกษาการใช้ซอฟต์แวร์ของประเทศต่าง ๆ ด้วยหลักจริยธรรมและความเป็นวิชาชีพนักจัดการการสื่อสารระหว่างประเทศได้

2. วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้ หรือ ทักษะ ในข้อ 1 และการวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรายวิชา

CLOs	วิธีสอน/วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้	วิธีการวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้/เครื่องมือในการวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้
CLO1	1. การบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์ 2. สื่อประกอบการสอน (Canva, YouTube, Research) 3. กรณีศึกษา	1. การถาม-ตอบในห้องเรียน 2. กิจกรรมกลุ่ม 3. การทำแบบทดสอบย่อย
CLO2	1. การบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์ 2. สื่อประกอบการสอน (Canva, YouTube, Research) 3. กรณีศึกษา 4. Template กลยุทธ์รูปแบบต่าง ๆ	1. การถาม-ตอบในห้องเรียน 2. กิจกรรมกลุ่ม 3. การนำเสนอในห้องเรียน 4. การถอดบทเรียน
CLO3	1. การบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์ 2. สื่อประกอบการสอน (Canva, YouTube, Research) 3. กรณีศึกษา 4. การทำโครงการ	1. การถาม-ตอบในห้องเรียน 2. กิจกรรมกลุ่ม 3. การนำเสนอในห้องเรียน 4. การออกแบบการณรงค์ทางการสื่อสาร 5. การประเมินการณรงค์



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[6]

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

คาบที่	บทที่/หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วิธีการ : สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		ภาคทฤษฎี	ภาคปฏิบัติ		
1	ปฐมนิเทศ: แนะนำรายวิชา การประเมินผล และการละลายพฤติกรรม	-	-	บรรยาย: Canva, YouTube, กรณีศึกษา	อ.ดร.วศิน
2	ชุดที่ 1: หลักการตลาดและการตลาดดิจิทัล	5:0		บรรยาย: Canva, YouTube, กรณีศึกษา	อ.ดร.วศิน
			5:0	อภิปรายกลุ่ม: วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของสถานประกอบการ	
3	ชุดที่ 2: Soft Power และการสื่อสารระหว่างประเทศ	5:0		บรรยาย: Canva, YouTube, กรณีศึกษา	อ.ดร.วศิน
			5:0	อภิปรายกลุ่ม: วิเคราะห์ทรัพยากรและกระแสในการสร้าง Soft Power ของสถานประกอบการและพหุพลัง	
4	ชุดที่ 3: กลยุทธ์การตลาดและการตลาดดิจิทัล	5:0		บรรยาย: Canva, YouTube, กรณีศึกษา	อ.ดร.วศิน
			5:0	อภิปรายกลุ่ม: วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของสถานประกอบการ กิจกรรม: กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของสถานประกอบการ	
5	ชุดที่ 4: พฤติกรรมผู้บริโภคในบริบท Soft Power	5:0		บรรยาย: Canva, YouTube, กรณีศึกษา	อ.ดร.วศิน
			5:0	กิจกรรม 1: วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าในบริบทออนไลน์ กิจกรรม 2: วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าในบริบทออนไลน์	
6	ชุดที่ 5: การสร้างแบรนด์และการสร้างแบรนด์ชาติ	5:0		บรรยาย: Canva, YouTube, กรณีศึกษา	อ.ดร.วศิน
			5:0	กิจกรรม: วิเคราะห์แบรนด์ของสถานประกอบการและแนวทางในการพัฒนาแบรนด์เพื่อให้เกิด Soft Power	
7	ชุดที่ 6: กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดการช่องทางทางการตลาด และการสื่อสารการตลาด	5:0		บรรยาย: Canva, YouTube, กรณีศึกษา	อ.ดร.วศิน
			5:0	อภิปรายกลุ่ม: การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดดิจิทัลที่ส่งเสริม Soft Power โครงการ: วางแผนการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	
8	สอบปลายภาค				
9					
	รวมชั่วโมง	30	30		



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[7]

คาบที่	บทที่/หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วิธีการ : สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		ภาคทฤษฎี	ภาคปฏิบัติ		
	ตลอดภาคการศึกษา				

2. แผนการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับรายวิชา CLOs

2.1 การวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้

ก. การประเมินเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (Formative Assessment)

ใช้การถาม-ตอบในห้องเรียน การทำแบบทดสอบย่อยใน Kahoot ร่วมกับการพูดคุยซักถาม และการทดลองใช้เครื่องมือ AI ต่าง ๆ ในระหว่างการเรียนรู้การสอน เพื่อประเมินความเข้าใจเบื้องต้นและทักษะในการใช้ AI ให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุง ก่อนส่งงานที่ใช้ตัดสินผลการเรียนรู้ต่อไป

ข. การประเมินเพื่อตัดสินผลการเรียนรู้ (Summative Assessment)

(1) วิธีการ/เครื่องมือและน้ำหนักในการวัดและประเมินผล

ผลลัพธ์การเรียนรู้	วิธีการวัดผล		น้ำหนัก (ร้อยละ)
	วิธีการ	เครื่องมือที่ใช้	
CLO1 อธิบายความหมายของการตลาด การตลาดดิจิทัล การตลาดซอฟต์แวร์ การสร้างแบรนด์ชาติ และการสื่อสารระหว่างประเทศแบบบูรณาการได้อย่างถูกต้องตามหลักการ	- การทดสอบแบบมีปฏิสัมพันธ์ - การทดสอบย่อย	- Kahoot ทำแบบเรียน	10
		- Google Form เมื่อจบเนื้อหาแต่ละชุด	20
CLO2 ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด การตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ชาติในการส่งเสริมการใช้ซอฟต์แวร์ของภาคประชาสังคม ธุรกิจ สื่อมวลชน และของชาติ ผ่านกรณีศึกษาทั้งในห้องเรียนและในสถานการณ์จริงได้	- การปฏิบัติโดยการใช้กลยุทธ์ในการวิเคราะห์ทางการตลาดโดยทั่วไป - การปฏิบัติโดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการสร้าง Soft Power	- การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดในกรณีศึกษา	10
		- การวิเคราะห์กลยุทธ์ Soft Power ในกรณีศึกษาประเทศต่าง ๆ	20
CLO3 วิพากษ์กรณีศึกษาการใช้ซอฟต์แวร์ของประเทศต่าง ๆ ด้วยหลักจริยธรรมและความเป็นวิชาชีพจัดการการสื่อสารระหว่างประเทศได้	- การวางแผนเพื่อจัดทำโครงการพัฒนา Soft Power โดยสถานประกอบการวัฒนธรรม - การจัดทำโครงการพัฒนา Soft Power โดยสถานประกอบการวัฒนธรรม	- การติดตามความก้าวหน้าของแผนโครงการฯ	10
		- การจัดทำโครงการฯ และการนำเสนอโครงการฯ	30
รวม			100



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[8]

(2) ระบบการประเมินผลการเรียนรายวิชา
ตัดสินเป็นค่าระดับชั้น F, D, D+, C, C+, B, B+ และ A โดยมีเกณฑ์มาตรฐานในการ
ตัดสินดังตารางต่อไปนี้

ช่วงคะแนน	สัญลักษณ์
80.00 คะแนนขึ้นไป	A
75.00 – 79.99	B+
70.00 – 74.99	B
65.00 – 65.99	C+
60.00 – 64.99	C
55.00 – 59.99	D+
50.00 – 54.99	D
ต่ำกว่า 50.00 คะแนน	F

(3) การสอบแก้ตัว (ถ้ารายวิชากำหนดให้มีการสอบแก้ตัว)
เนื่องจากเป็นวิชาที่เน้นการมีส่วนร่วมและการฝึกปฏิบัติจึงไม่มีนโยบายการสอบแก้ตัว

3. การอุทธรณ์ของนิสิต

นิสิตสามารถอุทธรณ์เรื่องคะแนนสอบ และค่าระดับชั้นได้ตามประกาศมหาวิทยาลัยทักษิณ เรื่อง แนว
ปฏิบัติการประกาศคะแนนการสอบ การขอแก้ไขคะแนนและระดับชั้น การจัดเก็บการทำลายเอกสารการ
สอบ โดยติดต่อคณะสหวิทยาการและการประกอบการ ชั้น 2 ตึกบริหาร (ตึกโดม) มหาวิทยาลัยทักษิณ
วิทยาเขตพัทลุง 222 หมู่ 2 ตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง 93210



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[9]

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก (Required Texts)

1. Kotler, P. (2022). Marketing Management (Global Ed.). Chula Book Centre: Bangkok.
2. Hanlon, A. (2022). Digital Marketing: Strategic Planning & Integration (2nd Ed.). Sage: Thousand Oaks, CA.
3. Nye, J. S. (2005). Soft Power: The Means to Success in World Politics. Public Affairs: New York, NY.
4. Riordan, S. (2014). Business Diplomacy: Shaping the Firm's Geopolitical Risk Environment. In Policy Brief. Clingendael: The Hague. Retrieved from: <https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/Shاون%20Riordan%20-%20Business%20Diplomacy%20-%20October%202014.pdf>

2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ (Suggested Materials)

1. Solomons, D., Kliphuis, T., & Wadley, M. (2022). eMarketing: The Essential Guide to Marketing in a Digital World (7th Ed.). Red & Yellow: Cape Town. Retrieved from: https://www.redandyellow.co.za/wp-content/uploads/2022/11/RY_eMarketing_ed7.pdf
2. Chitty, N., Ji, L., & Rawnsley, G. D. (2023). The Routledge Handbook of Soft Power (2nd Ed.). Routledge: Oxon.
3. Lingenfelter, S. (2023). Cultural Diplomacy: Issues and Perspectives. Cognella Academic Publishing: Solana Beach, CA.
4. Gienow-Hecht, J. C. E., & Donfried, M. C. (2013). Searching for Cultural Diplomacy. Berghahn: New York, NY.

3. ทรัพยากรอื่น ๆ (ถ้ามี): MOOC For All ในรายวิชาดังต่อไปนี้

- เทคโนโลยีการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล
- การนำเสนอแนวคิดสู่นวัตกรรมดิจิทัล
- การพัฒนาแอปพลิเคชันแบบไม่ต้องเขียนโค้ด
- การเขียนโปรแกรมแบบบล็อก
- ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- โมเดลธุรกิจสำหรับการประกอบการเพื่อสังคม



หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงประกอบการ
รหัสวิชา 0901332

ระดับปริญญา ตรี ป.บัณฑิต โท ป.บัณฑิตชั้นสูง เอก
คณะ/วิทยาลัย สหวิทยาการและการประกอบการ
ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์

[10]

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนิสิต
 - 1.1 ประเมินผลการสอนโดยใช้ระบบออนไลน์
 - 1.2 สอบถามความคิดเห็นจากนิสิตในสัปดาห์สุดท้าย
 - 1.3 ให้นิสิตเขียนแสดงความคิดเห็นการสอนในสัปดาห์สุดท้าย
2. กลยุทธ์การประเมินการสอน
แบบประเมินผลการสอนของมหาวิทยาลัย และจัดประชุมระดมความคิดเห็นจากคณาจารย์ผู้สอน
3. การปรับปรุงการสอน
 - 3.1 นำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงการสอน
 - 3.2 ค้นคว้าข้อมูลความรู้ใหม่ๆ นำมาใช้ในการสอน
 - 3.3 กลุ่มคณาจารย์จัดอภิปราย/สัมมนาเพื่อพัฒนารายวิชาให้มีสาระวิชาและการสอนให้เหมาะสมและน่าสนใจ
4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิตในรายวิชา
 - 4.1 ประชุมคณาจารย์ผู้สอนทุกกลุ่มเพื่อทวนสอบคะแนนและเกรดของนิสิต
 - 4.2 ให้นิสิตได้มีโอกาสดูตรวจสอบคะแนนและเกรด ก่อนส่งเกรดให้สำนักทะเบียนประมวลผล
 - 4.3 ก่อนการสอบกลางภาคและปลายภาค จัดประชุมคณาจารย์เพื่อออกข้อสอบร่วมกับการพัฒนาข้อสอบเพื่อให้ได้มาตรฐาน
5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา
 - 5.1 มีคณะกรรมการเพื่อดำเนินการประเมินข้อสอบแต่ละรายวิชา
 - 5.2 มีคณะกรรมการรับผิดชอบกระบวนการทวนสอบมาตรฐานการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
 - 5.3 มีคณะกรรมการบริหารหลักสูตร หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ดำเนินการตรวจสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในทุกรายวิชา
 - 5.4 นำผลที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็นของนิสิต คะแนนสอบนิสิต การประชุมสัมมนา นำมาสรุปผลและพัฒนารายวิชาก่อนการสอนในภาคการศึกษาหน้า

