



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

ประจำภาคเรียนที่ 2/2558

**รหัสวิชา 3003601 ชื่อรายวิชา การจัดการการตลาดธุรกิจสื่อ
ตอนเรียน A2 B2 C2 D2 นักศึกษาหลักสูตร นิเทศศาสตร์
รหัส 56**

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม
ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ
ดร.สุวลักษณ์ ห่วงเย็น

อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา

ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ

**คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต**

คำนำ

รายวิชาการจัดการการตลาดธุรกิจสื่อ รหัสวิชา 3003601 เป็นรายวิชาบังคับของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ โดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสื่อ รวมทั้งการศึกษาด้านโครงสร้างการบริหารงาน ตลอดจนกรณีศึกษาการดำเนินธุรกิจสื่อ ซึ่งก่อให้เกิดความรู้ และประสบการณ์ตรงแก่นักศึกษาอันเป็นประโยชน์ในการต่อยอดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพแก่นักศึกษาในภาคเรียนต่อไป

คณะผู้สอน

สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด 1	ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3	ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวด 5	แผนการสอนและการประเมินผล	9
หมวด 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	11
หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	12

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา
วิทยาเขต / คณะ / ภาควิชา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
3003601 การจัดการการตลาดธุรกิจสื่อ(Marketing Management for Media Business)
2. จำนวนหน่วยกิต
3 หน่วยกิต 3(3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
 - 3.1 หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
 - 3.2 ประเภทของรายวิชา วิชา บัณฑิต
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
 - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ
 - 4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม / ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ/
ดร.สุวลักษณ์ ห่วงเย็น
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 2 / 58 ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
16 สิงหาคม 2558

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจแนวคิดด้านการตลาดของธุรกิจสื่อ
- 1.2 เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงแนวทางการจัดการธุรกิจสื่อ การจัดองค์ประกอบของธุรกิจสื่อ การบริหารงานและการดำเนินงานธุรกิจสื่อ
- 1.3 เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจสื่อขององค์กรธุรกิจสื่อได้ และมองเห็นทิศทางการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของตนเอง

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา

เป็นรายวิชา ศึกษาหลักการ แนวคิดด้านการตลาดและการจัดการธุรกิจสื่อ

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายและความสำคัญของการตลาด บทบาทของการตลาดต่อธุรกิจสื่อ บทบาทหน้าที่ด้านการจัดการตลาด ระบบตลาด การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจสื่อ การจัดองค์ประกอบทางการตลาดของธุรกิจสื่อ การวางแผนการตลาด การพยากรณ์ทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด แนวโน้มการตลาดของธุรกิจสื่อ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	ไม่มี	ไม่มี	90 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

3 ชั่วโมง / สัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1) มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริตและตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตนเองที่มีต่อผู้ร่วมวิชาชีพและผู้อื่น (1)
- 2) มีวินัยตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบต่อนตนเอง วิชาการ วิชาชีพและสังคม (2)
- 3) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหหรือข้อขัดแย้ง (3)
- 4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความ

เป็นมนุษย์ (4)

5) สามารถวิเคราะห์ผลการตลาดธุรกิจสื่อที่ส่งผลกระทบต่อสังคม (5)

6) เคารพในกฎระเบียบ กติกา กฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม โดยตระหนักในคุณค่าของความ เป็นมนุษย์ (6)

1.2 วิธีการสอน

1) ใช้การสอนแบบสื่อสารสองทาง เปิดโอกาสให้นักศึกษามีการตั้งคำถามหรือตอบคำถาม หรือ แสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรม จริยธรรม ในชั้นเรียนในโอกาสต่างๆ

2) เน้นการมีส่วนร่วมของนักศึกษา มีการปฏิบัติงานเป็นกลุ่ม เพื่อสร้างภาวะผู้นำ และเรียนรู้ การเป็นผู้ตามที่ดี ตลอดจนพยายามกระตุ้นจิตสำนึก และความคิดเชิงวิเคราะห์ในเรื่องการตลาดธุรกิจสื่อที่มี ความเกี่ยวข้องกับจริยธรรม

3) มอบหมายงานให้นักศึกษาได้ทำการศึกษาขององค์กรธุรกิจสื่อตามความสนใจ

4) การศึกษาดูงานองค์กรธุรกิจสื่อ

5) เรียนรู้วิธีการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพ

1.3 วิธีการประเมินผล

1) ประเมินผลจากพฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียน พฤติกรรมกลุ่ม

2) ประเมิน จากการอภิปราย การแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์การนำเสนอ

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด หลักการการจัดการองค์กรและการตลาดธุรกิจสื่อ (1)

2) สามารถวิเคราะห์ตลาดและวางแผนการตลาดธุรกิจสื่อได้อย่างเหมาะสม (2)

3) สามารถบูรณาการความรู้ หลักการของศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น หลักการบริหาร จัดการ หลักจิตวิทยา หลักการใช้ภาษา หลักศิลปะ หลักกฎหมายและจริยธรรม เป็นต้น นำมาประยุกต์ใช้ เป็นพื้นฐานในการประกอบอาชีพได้ (3)

2.2 วิธีการสอน

1) ใช้การสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและการสอนแบบร่วมมือกันเรียนรู้ (Co- Operative Learning) ได้แก่ การสอนบรรยายร่วมกับการสื่อสารสองทาง โดยเน้นให้นักศึกษาหาทางค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติม ให้เรียนรู้วิธีการวางแผนหรือการตัดสินใจบนฐานของข้อมูลที่ได้มาจากการวิจัยและการค้นคว้า

2) เพิ่มการสอนนอกห้องเรียน โดยศึกษาจากประสบการณ์จริงเพื่อสร้างความเข้าใจในองค์กร ธุรกิจสื่อ

2.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษาทางพุทธิพิสัยและทักษะพิสัย ประเมินจากการสอบ การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการทำรายงานทั้งรายกลุ่มและรายบุคคล

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

1) มีความใฝ่รู้ รอบรู้ รู้จักใช้แหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อเท็จจริง สามารถพิจารณาและตัดสินใจนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน (2)

2) สามารถคิดวิเคราะห์ห้อย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ ประยุกต์ความรู้และทักษะกับการการศึกษาระดับศึกษาได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนางานอย่างสร้างสรรค์ (3)

4) มีความสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ รวมทั้งรู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และประยุกต์ใช้ความรู้ ความเข้าใจ แนวคิดทักษะมาใช้สร้างสรรค์ช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน สังคม และสถานการณ์ปัจจุบัน หรือเพื่อการประกอบวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4)

3.2 วิธีการสอน

1) ฝึกตอบปัญหาในชั้นเรียนและการแสดงความคิดเห็นต่อปัญหา และระดมสมองในการแก้ไขปัญหา จากกรณีศึกษาตามประเด็นที่กำหนดไว้แล้ว โดยแบ่งนักศึกษาเป็นกลุ่ม ภายในกลุ่มจะต้องกำหนดแนวทางไปสู่การแก้ปัญหาหรือเสนอแนวทางปฏิบัติที่มีความน่าเชื่อถือและความเป็นไปได้

3.3 วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
- 2) ประเมินจากรายงานกลุ่ม
- 3) ประเมินจากการสอบกลางภาคและปลาย

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

1) สามารถการแก้ปัญหาและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (1)

2) สามารถสื่อสาร ประสานงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ และแสดงความเป็นผู้นำได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนสามารถแก้ไขปัญหา ตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม (2)

3) สามารถแสดงออกตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายในปัจจุบัน และอนาคต (4)

4.2 วิธีการสอน

- 1) มอบหมายงานกลุ่ม เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีโอกาสสื่อสาร ประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่น
- 2) การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็น สถานการณ์หรือกรณีศึกษาในห้องเรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการทำงาน

- 2) ประเมินจากการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน
- 3) สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ ในและนอกชั้นเรียน
- 4) ประเมินจากคุณภาพและความสมบูรณ์ของงานที่มอบหมาย

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 1) สามารถสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยวัจนะและอวัจนะภาษา และเลือกใช้รูปแบบของสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับผู้รับสาร (1)
- 2) สามารถเลือกใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างเหมาะสม (2)
- 3) มีทักษะการประยุกต์ใช้ข้อมูลทางสถิติเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานหรือการแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์ (4)

5.2 วิธีการสอน

- 1) การวิเคราะห์กรณีศึกษา/ประเด็นปัญหา โดยใช้สารสนเทศเป็นข้อมูล
- 2) การมอบหมายงานที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูล
- 3) การมอบหมายงานที่ต้องนำเสนอทั้งในรูปเอกสารและด้วยวาจา ประกอบการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

5.3 วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหาหรือการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- 2) ประเมินจากรายงานกลุ่มที่นำเสนอด้วยการเขียนเป็นเอกสารรายงาน การใช้สื่อและการนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรม การเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	ความหมายและความสำคัญของตลาด	3	ชี้แจงการเรียนรู้/ บรรยาย/ แนะนำวิธีการและแหล่งสืบค้นข้อมูล	ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ดร.สุวลักษณ์ ห่วงเย็น
2 - 3	การจัดการตลาด	6	บรรยาย/ ยกตัวอย่าง / อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น	ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ดร.สุวลักษณ์ ห่วงเย็น
4-5	การบริหารจัดการองค์กร	6	บรรยาย/ ยกตัวอย่างอภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ให้นักศึกษาทำงานกลุ่มในชั้นเรียน	ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ดร.สุวลักษณ์ ห่วงเย็น
6-7	การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (SWOT)	6	บรรยาย/ ยกตัวอย่าง อภิปรายแลกเปลี่ยน/ ซักถาม	ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ดร.สุวลักษณ์ ห่วงเย็น

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรม การเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
8 – 9	การแบ่งส่วนทางการตลาด (STP)	6	บรรยาย / ซักถาม / ยกตัวอย่าง /ให้นักศึกษาทำงานกลุ่มในชั้น เรียน	ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ดร.สุวลักษณ์ ห้วงเย็น
10 -11	การวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย	6	บรรยาย / ซักถาม / ยกตัวอย่าง / มอบหมายงานกลุ่ม	ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ดร.สุวลักษณ์ ห้วงเย็น
12-13	การบริหารเชิงยุทธ์	6	บรรยาย / ซักถาม / ยกตัวอย่าง / อภิปราย	ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ดร.สุวลักษณ์ ห้วงเย็น
14-15	<u>แนวโน้มการตลาดของ</u> <u>ธุรกิจสื่อและการนำเสนอ</u> <u>งานวิเคราะห์ธุรกิจสื่อ</u> <u>จริยธรรมสื่อและการ</u> <u>กำกับดูแลกันเองของ</u> <u>วิทยุ/โทรทัศน์</u>	6	นักศึกษาเสนอรายงานด้วยวาจา เอกสารและสื่อที่สร้างสรรค์ อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	ผศ.ดร.ชมพูนุช นุตาคม ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ดร.สุวลักษณ์ ห้วงเย็น

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.4, 1.5, 2.1, 3.1, 3.4, 5.3	การมีส่วนร่วมในการอภิปราย แสดงความคิดเห็น วินัยในการเรียน และความ รับผิดชอบ	1-15	10%
2	1.2, 1.6, 2.1, 2.2 3.1, 3.2, 4.1, 5.2, 5.4	งานเดี่ยว/รายงานเดี่ยว	3-10	20%
3	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.6, 2.1, 2.2, 3.1, , 3.2, 3.4, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 5.3	รายงานกลุ่มในชั้นเรียน การวิเคราะห์และสรุปผลจาก การศึกษาดูงานธุรกิจสื่อ โดย นำเสนองานด้วยเอกสาร วาจา และสื่อ	13-15	30%
4	1.5, 2.1, 2.2, 3.1, 3.4, 4.2	การสอบปลายภาค	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. หนังสือ ตำรา และเอกสารการสอนหลัก

ฐานะวัฒนา สุขวงศ์ (2554). การจัดการตลาดธุรกิจสื่อ. สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

กิติมา สุรสินธิ และคณะ. (2550). การวางแผนและการจัดการงานสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 1 - 8
นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.

ยงยุทธ รักษาศรี และคณะ.(2548) .การวางแผนและการจัดการงานสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 9 – 15
นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.

2. เอกสาร และข้อมูลสำคัญ

<http://www.entertainment.hunsa.com/detail.php?id=5972>

<http://www.news.212cafe.com/news95395.htm.positioning.com>.

<http://www.wiseknow.com/content/view/2118/9/>

<http://www.maathaiand.com/history>

<http://www.arip.co.th/businessnews.php?id=414956>

<http://www.nbc.co.th/productstandservices-newmedia.htm>

3. เอกสาร และข้อมูลแนะนำ

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร.(2551) .**การบริหารงานสื่อสารมวลชน.**: โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์แอนด์
ปริ้นติ้ง. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนมีส่วนร่วมประเมินประสิทธิผลของการนำเสนอกรณีศึกษาองค์ธุรกิจสื่อ เพื่อเกิดการรับรู้และเข้าใจการดำเนินงานของธุรกิจสื่อ

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน โดยนักศึกษาและ การสังเกตการณ์ของอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ประเมิน

3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการ ประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาค การศึกษา รวมถึงมีการประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำของหลักสูตรเพื่อหารือปัญหาการ เรียนรู้ของนักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

อาจารย์ผู้สอนร่วม พิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบข้อเขียนทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ ของนักศึกษาในรายวิชา รวมถึงงานเดี่ยวและงานกลุ่ม

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา ผลการประเมินจากอาจารย์ผู้สอน พิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบข้อเขียน การรายงานรายวิชาโดย อาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่ สอนและกลยุทธ์การสอนโดยนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของ รายวิชา เสนอต่อประธานหลักสูตร เพื่อนำเข้าที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรพิจารณาให้ความ คิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป