

รายละเอียดของรายวิชา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1	รหัสและชื่อวิชา 07-612-315 พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior)
	จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต (3-0-6)
3	หลักสูตรและประเภทของวิชา คหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์
4	อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน ผศ.เพียว ดีใจ
5	ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 56 ทบค
6	รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี
7	รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) ไม่มี
8	สถานที่เรียน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
9	วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด 30 มิถุนายน 2557

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1	<p>จุดมุ่งหมายของรายวิชา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. เห็นคุณค่าข้อมูลและแรงจูงใจในการซื้อของผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม 1.2. รู้ความหมายและความสำคัญของผู้บริโภค 1.3. เข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 1.4. เข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
	<p>วัตถุประสงค์ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา</p> <p>เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐาน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไปใช้ในการเรียนวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการปรับปรุงและการยกตัวอย่างอ้างอิงให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันและเทคโนโลยีที่ทันสมัยของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน</p>

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1	<p>คำอธิบายรายวิชา</p> <p>ศึกษาแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด</p>								
	<p>จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">บรรยาย</th> <th style="width: 25%;">สอนเสริม</th> <th style="width: 25%;">การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/การฝึกงาน</th> <th style="width: 25%;">การศึกษาด้วยตนเอง</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา</td> <td>สอนเสริมเฉพาะนักศึกษาที่ต้องการ</td> <td>ไม่มีการการฝึกปฏิบัติ</td> <td>การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์</td> </tr> </tbody> </table>	บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง	บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเฉพาะนักศึกษาที่ต้องการ	ไม่มีการการฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง						
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเฉพาะนักศึกษาที่ต้องการ	ไม่มีการการฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์						
3	<p>จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล</p> <p>- อาจารย์ประจำวิชา ปรึกษาคณาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคลได้ วันพุธ ตั้งแต่เวลา 9.00 – 17.00 น</p>								

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1	คุณธรรม จริยธรรม
	<p>กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม</p> <p>พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบ มีวินัย มีจรรยาบรรณวิชาชีพ เคารพในสิทธิของข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีคุณธรรม จริยธรรมตามคุณสมบัติหลักสูตร ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริต - มีวินัยตรงต่อเวลาและความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม - มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญได้ถูกต้อง
	<p>วิธีการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางพฤติกรรมกรรมกรบริโภค 2. ยกตัวอย่างและสอดแทรกสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน
	<p>วิธีการประเมินผล</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเช็คชื่อ การให้คะแนนการเข้าห้องเรียนและการส่งงานตามกำหนดเวลา 2. พิจารณาจากผลการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มของนักศึกษา 3. พิจารณาจากการแต่งกายของนักศึกษา 4. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง
2	ความรู้
	<p>ความรู้ที่ต้องได้รับ</p> <p>มีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค รวมทั้งอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนการวิเคราะห์ผู้บริโภคกับกิจกรรมทางการตลาด</p>
	<p>วิธีการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้การสอนหลายรูปแบบ เน้นหลักทางทฤษฎี เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ 2. มอบหมายให้ทำรายงานเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคและนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

	<p>วิธีการประเมินผล</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาคเรียน 2. พิจารณาจากรายงานที่มอบหมาย 3. ประเมินจากประสิทธิผลของการค้นคว้าและการรายงาน
3	ทักษะทางปัญญา
	<p>ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา</p> <ol style="list-style-type: none"> 3.1 สามารถนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการบริโภคได้ 3.2 สามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์ปัญหา การแก้ปัญหา
	<p>วิธีการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเข้ากลุ่มร่วมระดมความคิด 2. แล่นำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. อภิปรายกลุ่ม
	<p>วิธีการประเมินผล</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทดสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาค เน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์และการนำไปใช้ 2. วัดผลจากนำเสนอผลงาน 3. สังเกตพฤติกรรมการแก้ปัญหา
4	ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
	<p>ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา</p> <ol style="list-style-type: none"> 4.1 พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน 4.2 พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม 4.3 พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองและมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายครบถ้วนตรงตามระยะเวลาที่กำหนด
	<p>วิธีการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา 2. มอบหมายงานรายกลุ่มและรายบุคคล 3. ปลูกฝังให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับในงานกลุ่ม 4. ส่งเสริมการเคารพสิทธิและการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
	<p>วิธีการประเมินผล</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเมินจากการรายงานหน้าชั้นเรียนโดยอาจารย์และนักศึกษา 2. ประเมินพฤติกรรมภาวะการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี 3. พิจารณาจากการเข้าร่วมกิจกรรม 4. สังเกตพฤติกรรมการระดมสมอง
5	ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
	<p>ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา</p> <ol style="list-style-type: none"> 5.1 ทักษะการคิดตัวเลขในการตั้งราคา คิดต้นทุน 5.2 พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การเขียน 5.3 พัฒนาทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต 5.4 ทักษะการนำเสนอรายงานโดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม
	<p>วิธีการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากอินเทอร์เน็ต 2. นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม 3. ส่งเสริมการค้นคว้า เรียบเรียงข้อมูลและนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างถูกต้องและให้ความสำคัญในการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล
	<p>วิธีการประเมินผล</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ประเมินผลจากรายงานและรูปแบบการนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี 2. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปราย
6	ทักษะด้านการปฏิบัติงาน (ถ้ามี)
	<p>6.1 ทักษะด้านการปฏิบัติงาน ที่ต้องพัฒนา</p> <p>-</p>
	<p>6.2 วิธีการสอน</p> <p>-</p>
	<p>6.3 วิธีการประเมินผล</p> <p>-</p>

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1 แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด (หน่วย เรียน/บทเรียน/หัวข้อ)	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	สื่อที่ใช้	การวัดผล
1	ชี้แจงแผนการสอน มอบหมายงาน ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค 1.1 ความหมายพฤติกรรม ผู้บริโภค	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ แบบฝึกหัด
2	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค (ต่อ) 1.2 ทำไมต้องศึกษาพฤติกรรม ผู้บริโภค 1.3 สาเหตุที่ต้องศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภค 1.4 การนำความรู้ของพฤติกรรม ผู้บริโภคไปประยุกต์ใช้ 1.5 แนวทางการศึกษาพฤติกรรม ผู้บริโภค	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ แบบฝึกหัด
3	3. ปัจจัยภายในของผู้บริโภค (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) 3.1 ความต้องการและการจูงใจ ของผู้บริโภค 3.1.1 ความหมายความต้องการ และการจูงใจ 3.1.2 ประเภทและระบบของ ความต้องการ	3	บรรยาย	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ แบบฝึกหัด

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด (หน่วยเรียน/บทเรียน/หัวข้อ)	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน	สื่อที่ใช้	การวัดผล
	3.1.3 กระบวนการจูงใจ 3.1.4 ทฤษฎีการจูงใจ 3.1.5 ความขัดแย้งทางด้านการ จูงใจกับกลยุทธ์ทางการตลาด				
4	3.2 การรับรู้ของผู้บริโภค 3.2.1 ความหมายของการรับรู้ 3.2.2 ลักษณะของการรับรู้ 3.2.3 สิ่งเร้าทางการตลาดกับการ รับรู้ 3.2.4 ลักษณะของผู้บริโภคกับ การรับรู้ 3.2.5 กระบวนการรับรู้	3	บรรยาย	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ โฆษณา เกี่ยวกับการ รับรู้
5	3.3 การเรียนรู้ 3.3.1 ลักษณะการเรียนรู้ของ ผู้บริโภค 3.3.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ 3.3.3 คุณสมบัติของตัวแบบที่ ช่วยให้เกิดประสิทธิผล	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ แบบฝึกหัด
6	3.4 ทศนคติ 3.4.1 ความหมายของทศนคติ 3.4.2 หน้าที่ของทศนคติ 3.4.3 แหล่งที่มาของการเกิด ทศนคติ 3.4.3 องค์ประกอบของทศนคติ 3.4.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับทศนคติ 3.4.5 ตัวแบบทศคติของพีชเบน	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด (หน่วยเรียน/บทเรียน/หัวข้อ)	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	สื่อที่ใช้	การวัดผล
7	<p>3.4.6 อิทธิพลของการสื่อสารต่อ การเกิดทัศนคติและการ เปลี่ยนแปลง</p> <p>3.5 บุคลิกภาพ</p> <p>3.5.1 ความหมายของ บุคลิกภาพ</p> <p>3.5.2 ทฤษฎีบุคลิกภาพ</p> <p>3.5.3 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง</p> <p>3.5.4 การใช้แนวคิดเกี่ยวกับ ตนเองเพื่อกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และรูปแบบการดำเนิน ชีวิต</p> <p>3.5.5 การแบ่งประเภทของ ผู้บริโภคตามค่านิยม และการดำเนินชีวิต</p>	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ แบบทดสอบ เกี่ยวกับ บุคลิกภาพ
8	<p>ปัจจัยทางสังคม</p> <p>3.6 กลุ่มอ้างอิง</p> <p>3.6.1 ความหมายของกลุ่ม อ้างอิง</p> <p>3.6.2 ประเภทของกลุ่มอ้างอิง</p> <p>3.6.3 ลักษณะของกลุ่มอ้างอิง</p> <p>3.6.4 อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง</p> <p>3.6.5 การนำอิทธิพลของกลุ่ม อ้างอิงไปประยุกต์ใช้ ทางการตลาด</p>	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด (หน่วยเรียน/บทเรียน/หัวข้อ)	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	สื่อที่ใช้	การวัดผล
9	3.7 ครอบคลุม 3.7.1 ความหมายของครอบคลุม 3.7.2 วงจรชีวิตของครอบคลุม 3.7.3 หน้าที่ของครอบคลุม 3.7.4 ตัวแบบการขัดเกลาทาง สังคมด้านการเป็น ผู้บริโภคร 3.7.5 ตัวแบบการตัดสินใจซื้อ ของครอบคลุม 3.7.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อของ ครอบคลุม	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ
10	3.8 ชั้นทางสังคม 3.8.1 ความหมายของชนชั้นของ สังคม 3.8.2 ลักษณะของชั้นสังคม 3.8.3 การวัดชั้นของสังคมและ การแบ่งประเภท 3.8.4 โครงสร้างชั้นสังคมและ รูปแบบการดำเนินชีวิต 3.8.5 สังคมกับพฤติกรรม ผู้บริโภคร 3.8.6 ชั้นสังคมกับกลยุทธ์ การตลาด	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ		ถาม-ตอบ
11	3.9 วัฒนธรรม 3.9.1 ความหมายของวัฒนธรรม 3.9.2 ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด (หน่วยเรียน/บทเรียน/หัวข้อ)	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน	สื่อที่ใช้	การวัดผล
	3.9.3 วัฒนธรรมกับพฤติกรรม ผู้บริโภค 3.9.4 การวิเคราะห์ความ แตกต่างทางด้าน วัฒนธรรมข้ามชาติและ วัฒนธรรมย่อย				
12	4. กระบวนการตัดสินใจซื้อ 4.1 การมองเห็นปัญหา 4.2 การแสวงหาภายใน 4.3 การแสวงหาภายนอก 4.4 การประเมินทางเลือก 4.5 การตัดสินใจซื้อ	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ กรณีศึกษา	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ การระดม ความคิดใน กรณีศึกษา
13	4.6 การสร้างความแตกต่าง 4.7 การลดอัตราเสี่ยงใน ความรู้สึของผู้บริโภค 4.8 การสร้างสิ่งล่อใจ 4.9 ประเภทของสินค้าที่แบ่งตาม ลักษณะการตัดสินใจของ ผู้บริโภค 4.10 ทักษะคิดหลังการใช้	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ
14	5. พฤติกรรมผู้บริโภคกับการ จัดการทางการตลาด 5.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค 5.2 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการ ตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ 5.3 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการ ตัดสินใจด้านราคา	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด (หน่วยเรียน/บทเรียน/หัวข้อ)	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	สื่อที่ใช้	การวัดผล
15	5.4 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการ จัดการทางการตลาด 5.5 พฤติกรรมผู้บริโภคด้านการ จัดจำหน่าย 5.6 พฤติกรรมผู้บริโภคด้านการ ส่งเสริมการตลาด	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ	คอมพิวเตอร์	ถาม-ตอบ
16	สอบปลายภาคการศึกษา				

2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของ การประเมินผล
1	(ผลการเรียนรู้ 5 ด้าน)	ทดสอบย่อยครั้ง 1 ทดสอบย่อยครั้ง 2 สอบปลายภาคการศึกษา	4 8 16	20 % 20 % 30 %
2	(ผลการเรียนรู้ 5 ด้าน)	วิเคราะห์กรณีศึกษา การนำเสนอการค้นคว้า ฯลฯ	ตลอด ภาคการศึกษา	20 %
3	(ผลการเรียนรู้ 5 ด้าน)	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วมในการอภิปราย เสนอ ความคิดเห็น ฯลฯ	ตลอด ภาคการศึกษา	10 %

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1	เอกสารและตำราหลัก ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วิสุทธิ์พัฒนา, 2538. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. พฤติกรรมผู้บริโภค. หน่วยที่ 1-8, 9-15 ,2536. ดารา ทีปะपाल. พฤติกรรมผู้บริโภค. รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2542. ดร.เสรี วงษ์มณฑา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วิสุทธิ์พัฒนา. 2546.
2	เอกสารและข้อมูลสำคัญ ไม่มี
3	เอกสารและข้อมูลแนะนำ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อในประมวลรายวิชา

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1	กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้ - การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน - แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา - นักศึกษาประเมิน
2	กลยุทธ์การประเมินการสอน ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ดังนี้ - ผลการเรียนของนักศึกษา - การทวนสอบผลการประเมินการเรียนรู้
3	การปรับปรุงการสอน หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอนโดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอนดังนี้ - สัมมนาการจัดการเรียนการสอน

4	<p>การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา</p> <p>ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อยและหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร - ตั้งคณะกรรมการประจำสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ ตามที่กำหนดในรายวิชา เช่น ข้อสอบ รายงาน วิธีให้คะแนนสอบและคะแนนพฤติกรรม
5	<p>การดำเนินการทวนสอบและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา</p> <p>จากผลการประเมินและทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้นดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4