

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา
คณะ/ภาควิชามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการเกษตร

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

4107211 การตลาดทางวิทยาการธุรกิจสุขภาพ
Marketing in Health Science Business

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการธุรกิจสุขภาพ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อ.เดียร์นา แม็ง (อ.พิเศษ)
อาจารย์ผู้สอน	อ.เดียร์นา แม็ง (อ.พิเศษ)

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

2 / 2563

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

กลุ่ม	ห้องเรียน วัน เวลา	อาจารย์ผู้สอน	สาขาที่สอน
1	[05-203] พุธ 13:00 - 16:00	อ.เดียร์นา แม็ง (อ.พิเศษ)	วิทยาการธุรกิจสุขภาพ (2560)

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่จัดทำ/ปรับปรุงรายละเอียดรายวิชา : 12 ก.ย. 62

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าใจแนวคิด และหลักพื้นฐานต่างๆ ของการตลาดทางวิทยาการธุรกิจสุขภาพ ให้มีประสิทธิภาพภายใต้สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน รวมทั้งสามารถวิเคราะห์และนำเอาทฤษฎีต่าง ๆ ในเนื้อหาวิชาที่ได้เรียนรู้ มาประยุกต์ใช้พัฒนาตนเอง หน้าที่งาน หรือการประกอบธุรกิจสุขภาพในอนาคต อีกทั้งมุ่งพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาให้เกิดผลตามมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน ได้แก่

- ด้านคุณธรรมจริยธรรม เช่น การปฏิบัติตามกรอบระเบียบ การแสดงออกถึงการมีวินัยในการเรียนตรงต่อเวลา
- ด้านความรู้ เช่น ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ การบูรณาการความรู้ การมีหลักคิดทฤษฎีที่ตามกรอบวิชาชีพ
- ด้านทักษะทางปัญญา เช่น การคิดอย่างมีวิจารณญาณและคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงสร้างสรรค์
- ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ เช่น การเป็นแบบอย่างที่ดีและเหมาะสมการทำงานเป็นทีมและ
- ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารการวิเคราะห์ตัวเลข แผลผลและการนำเสนอข้อมูล

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

-

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

หลักการและแนวความคิดพื้นฐานของการตลาด การตลาดกับสิ่งแวดล้อม การบริหารการตลาด การแบ่งส่วนตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดแผนและกลยุทธ์ของการตลาด การวางตำแหน่งและช่องทางทางการตลาดด้านสุขภาพ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์และออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด จริยธรรมและจรรยาบรรณทางการตลาดธุรกิจ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ภาคทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง	กิจกรรมเพิ่มเติม
45	-	90	1. เรียนแบบ Blended Learning 3. บูรณาการกับบทความวิจัยเรื่อง "การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกฟิตเนสของเทศบาลนครยะลา" ในบทที่ 4

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

3 ชั่วโมง/สัปดาห์ โดยแจ้งให้นักศึกษาทราบตั้งแต่สัปดาห์แรกของการเรียนการสอน ทั้งนี้ นักศึกษาสามารถขอคำปรึกษาได้ด้วยการพบอาจารย์ผู้สอนโดยตรงทุกวันพุธ เวลา 13.00 – 16.00 น. หรือขอคำปรึกษาผ่านช่องทางอื่น เช่น โทรศัพท์ อีเมล โลกออนไลน์ เฟสบุ๊ก หรือ Google Classroom

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1. 1) การปฏิบัติตนตาม กฎระเบียบ ข้อบังคับของ สาขาวิชา คณะ สถาบัน และสังคม	-	-
2. 2) การแสดงออกถึงความ ซื่อสัตย์ การมีวินัยในการ เรียน ตรงต่อเวลา ความ รับผิดชอบต่อตนเอง สถาบัน และสังคม	1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรเพื่อบ่มเพาะให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง สถาบัน และสังคม เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 2) ยกกรณีตัวอย่างผ่านสื่อวิดีโอที่แสดงถึงการเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ พร้อมให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น 3) ยกกรณีตัวอย่างผ่านสื่อวิดีโอที่แสดงออกถึงการยึดมั่นในคุณธรรมตามกรอบวิชาชีพทางด้านวิทยาการธุรกิจสุขภาพ	1) วัดและประเมินโดยการตรวจสอบจำนวนครั้งของการเข้าชั้นเรียน 2) วัดและประเมินผลโดยการตรวจสอบการเข้าชั้นเรียนที่ตรงต่อเวลาของนักศึกษา 3) ประเมินผลโดยวิธีการตรวจสอบการส่งงานของนักศึกษา 4) วัดและประเมินจากผลการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตอาสา
3. 3) การแสดงออกถึงความเคารพ สิทธิและรับฟังความคิดเห็น ของผู้อื่น รวมทั้งเคารพใน คุณค่า และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์	-	-
4. 4) การแสดงออกถึงการมีจิต อาสา	-	-
5. 5) การแสดงออกถึงการยึดมั่น ในคุณธรรมตามกรอบ วิชาชีพทางด้านวิทยาการ วิทยาการธุรกิจสุขภาพ	1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรเพื่อบ่มเพาะให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง สถาบัน และสังคม เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 2) ยกกรณีตัวอย่างผ่านสื่อวิดีโอที่แสดงถึงการเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ พร้อมให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น 3) ยกกรณีตัวอย่างผ่านสื่อวิดีโอที่แสดงออกถึงการยึดมั่นในคุณธรรมตามกรอบวิชาชีพทางด้านวิทยาการธุรกิจสุขภาพ	1) วัดและประเมินโดยการตรวจสอบจำนวนครั้งของการเข้าชั้นเรียน 2) วัดและประเมินผลโดยการตรวจสอบการเข้าชั้นเรียนที่ตรงต่อเวลาของนักศึกษา 3) ประเมินผลโดยวิธีการตรวจสอบการส่งงานของนักศึกษา 4) วัดและประเมินจากผลการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตอาสา

2. ด้านความรู้

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1. 1) การแสดงออกถึงการมีทักษะ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และห้องสมุดเพื่อการ แสวงหาความรู้อย่าง กว้างขวาง	1) มอบหมายงานให้นักศึกษาลงพื้นที่ศึกษาดูงานธุรกิจสุขภาพในพื้นที่เพื่อเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดการการตลาด 2) มอบหมายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด	1) ประเมินโครงการงานของนักศึกษา 2) แบบทดสอบกลางภาค 3) แบบทดสอบปลายภาค

	<p>3) บรรยายหลักทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด</p> <p>4) สอดแทรกการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับหลักทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด</p>	
<p>2. 2) การแสดงออกถึง ความสามารถในการเข้าถึง และ หลั่งการเรียนรู้เกี่ยวกับ ธุรกิจทางด้านสุขภาพ และ รั้ว ทัศน์วิทยาการที่เปลี่ยนแปลง</p>	<p>1) มอบหมายงานให้นักศึกษาลงพื้นที่ศึกษาดูงานธุรกิจสุขภาพ ในพื้นที่เพื่อเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดการการตลาด</p> <p>2) มอบหมายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด</p> <p>3) บรรยายหลักทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด</p> <p>4) สอดแทรกการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับหลักทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด</p>	<p>1) ประเมินโครงการงานของนักศึกษา</p> <p>2) แบบทดสอบกลางภาค</p> <p>3) แบบทดสอบปลายภาค</p>
<p>3. 3) การแสดงออกถึง ความสามารถในการบูรณา ก การความรู้สู่การปฏิบัติใน งานด้านวิทยาการธุรกิจ สุข ภาพเพื่อการสุขภาพแบบ องค์กรวม</p>	<p>1) มอบหมายงานให้นักศึกษาลงพื้นที่ศึกษาดูงานธุรกิจสุขภาพ ในพื้นที่เพื่อเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดการการตลาด</p> <p>2) มอบหมายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด</p> <p>3) บรรยายหลักทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด</p> <p>4) สอดแทรกการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับหลักทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด</p>	<p>1) ประเมินโครงการงานของนักศึกษา</p> <p>2) แบบทดสอบกลางภาค</p> <p>3) แบบทดสอบปลายภาค</p>
<p>4. 4) การแสดงออกถึงการมีหลัก คัดทฤษฎี มีทักษะต าม กรอบวิชาชีพด้านวิทยาการ วิทยาการธุรกิจสุขภาพ</p>	<p>1) มอบหมายงานให้นักศึกษาลงพื้นที่ศึกษาดูงานธุรกิจสุขภาพ ในพื้นที่เพื่อเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดการการตลาด</p> <p>2) มอบหมายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด</p> <p>3) บรรยายหลักทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด</p> <p>4) สอดแทรกการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับหลักทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตลาด</p>	<p>1) ประเมินโครงการงานของนักศึกษา</p> <p>2) แบบทดสอบกลางภาค</p> <p>3) แบบทดสอบปลายภาค</p>

3. ด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
<p>1. 1) การแสดงออกถึงการคิด อย่างมีวิจารณ์ญาณ และคิด วิเคราะห์</p>	<p>1) มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา/ตัวอย่างเกี่ วกับการตลาด</p> <p>2) มอบหมายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด</p>	<p>1) ประเมินผลงานนักศึกษา</p> <p>2) ประเมินโครงการงานนักศึกษา</p>
<p>2. 2) การแสดงออกถึง ความสามารถในการคิดเชิง เ ทศผล</p>	<p>1) มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา/ตัวอย่างเกี่ วกับการตลาด</p> <p>2) มอบหมายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด</p>	<p>1) ประเมินผลงานนักศึกษา</p> <p>2) ประเมินโครงการงานนักศึกษา</p>
<p>3. 3) การแสดงออกถึง ความสามารถในการคิดเชิง บูรณา ก าร</p>	-	-

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
<p>1. 1) สามารถปรับตัวในการใช้ชีวิต ในระดับสาขาวิชา คณะ และสถาบัน</p>	<p>1) มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา/ตัวอย่างเกี่</p>	<p>1) ประเมินผลงานนักศึกษา</p> <p>2) ประเมินโครงการงานนักศึกษา</p>

	ยวกับการตลาด 2) มอหมายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด	
2. 2) การแสดงออกถึง ความสามารถในการเรียนรู้ และการทำงานเป็นกลุ่ม	1) มอหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา/ตัวอย่างเกี่ยวกับ การตลาด 2) มอหมายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการตลาด	1) ประเมินผลงานนักศึกษา 2) ประเมินโครงการนักศึกษา
3. 3) แสดงออกถึงการมี ปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุ วัฒนธรรม	-	-

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1. 1) การแสดงออกถึง ความสามารถในการใช้ภาษา เพื่อการสื่อสารและการ สืบค้นเกี่ยวกับวิทยาการ วิทยาการธุรกิจสุขภาพ ทั้ง ภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ	1) จัดการเรียนการสอนควบคู่กับการใช้สื่อออนไลน์ 2) บรรยาย หลักการและทฤษฎีที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตลาด	1) ประเมินผลงานนักศึกษา 2) ประเมินโครงการนักศึกษา
2. 2) แสดงออกถึงความสามารถใน การติดต่อสื่อสารระดับบุคคล โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล	1) จัดการเรียนการสอนควบคู่กับการใช้สื่อออนไลน์ 2) บรรยาย หลักการและทฤษฎีที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตลาด	1) ประเมินผลงานนักศึกษา 2) ประเมินโครงการนักศึกษา
3. 3) แสดงออกถึงความสามารถใน การวิเคราะห์ข้อมูล แปลผล และนำเสนอข้อมูลด้านธุรกิจ สุขภาพโดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	1) จัดการเรียนการสอนควบคู่กับการใช้สื่อออนไลน์ 2) บรรยาย หลักการและทฤษฎีที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตลาด	1) ประเมินผลงานนักศึกษา 2) ประเมินโครงการนักศึกษา
4. 4) แสดงออกถึงความสามารถใน การสื่อสารด้านวิทยาการ วิทยาการธุรกิจสุขภาพต่อ สาธารณชนโดยใช้เทคโนโลยี ที่เหมาะสม	1) จัดการเรียนการสอนควบคู่กับการใช้สื่อออนไลน์ 2) บรรยาย หลักการและทฤษฎีที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตลาด	1) ประเมินผลงานนักศึกษา 2) ประเมินโครงการนักศึกษา

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับ ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปทางการตลาด	3	1. ชี้แจงให้นักศึกษาทราบถึงวัฒนธรรมองค์กรกฎระเบียบต่างๆ และเกณฑ์การวัดผลการเรียนตลอดภาคการศึกษา 2. ทดสอบก่อนเรียน 3. สอดแทรกเนื้อหาที่เป็นกรณีตัวอย่างของการตลาดหรือ การดำเนินชีวิตที่สะท้อนถึงการมีคุณธรรมจริยธรรม 6. บรรยาย 7. มอหมายและชี้แจงโครงการ "Health Land แดนสุขภาพ" ธุรกิจจำลอง	1.มคอ.3/แผนการเรียน 2.แบบทดสอบก่อนเรียน Google classroom 3. สื่อประกอบการบรรยาย 4.เอกสารประกอบการสอน 5.แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา	1. อ.เดียร์นา แม็ง (อ.พิเศษ)
2	บทที่ 2 สภาพแวดล้อมทางการตลาด	3	1.เช็คชื่อ/สุ่มตรวจการแต่งกาย 2. บรรยาย 3. กิจกรรมในชั้นเรียน : ค้นคว้ากรณีศึกษาในห้องสมุด พร้อมวิเคราะห์และอภิปรายหน้าชั้นเรียน 4. นำเสนอ Concept Idea โครงการ "Health Land แดนสุขภาพ"	1. ใบเช็คชื่อ 2. แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา 3. เอกสารประกอบการสอน 4. ใบงานในรูปแบบ Google Classroom	1. อ.เดียร์นา แม็ง (อ.พิเศษ)
3	บทที่ 3 ข้อมูลทางการตลาด	3	1. เช็คชื่อ/สุ่มตรวจเครื่องแต่งกาย 2. บรรยาย 3. กิจกรรมการวางแผนงานธุรกิจจำลอง	1. ใบเช็คชื่อ 2. แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา 3. สื่อประกอบการบรรยาย 4. ใบงานในรูปแบบ Google Classroom	1. อ.เดียร์นา แม็ง (อ.พิเศษ)

4	บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภค	3	1) เช็คชื่อ/สุ่มตรวจการแต่งกาย 2) สอดแทรกเนื้อหาที่เป็นกรณีตัวอย่างของการดำเนินงานด้านการจัดธุรกิจสุขภาพที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ 3) บูรณาการเนื้อหาบทนี้กับบทความวิจัยเรื่อง "การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกฟิตเนสของเทศบาลนครยะลา"	1. ใบเช็คชื่อ 2. แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา 3. สื่อประกอบการบรรยาย 4. ใบงานในรูปแบบ Google Classroom	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
5	บทที่ 5 การแบ่งส่วนตลาด	3	1) เช็คชื่อ/สุ่มตรวจการแต่งกาย 2) บรรยาย	1. ใบเช็คชื่อ 2. แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา 3. สื่อประกอบการบรรยาย 4. ใบงาน	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
6	บทที่ 6 ส่วนผสมทางการตลาด : ผลิตภัณฑ์	3	1) เช็คชื่อ/สุ่มตรวจการแต่งกาย 2) บรรยาย	1. ใบเช็คชื่อ 2. แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา 3. สื่อประกอบการบรรยาย 4. ใบงานในรูปแบบ GoogleClassroom	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
7	บทที่ 7 ส่วนผสมทางการตลาด : การบริหารผลิตภัณฑ์	3	1) เช็คชื่อ/สุ่มตรวจการแต่งกาย 2) บรรยาย	1. ใบเช็คชื่อ 2. แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา 3. สื่อประกอบการบรรยาย	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
8	บทที่ 8 ส่วนผสมทางการตลาด : การบริหารราคา	3	1) เช็คชื่อ/สุ่มตรวจการแต่งกาย 2) บรรยาย	1. ใบเช็คชื่อ 2. แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา 3. เอกสารบันทึกการทำงาน ณ สถานประกอบการ	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
9	บทที่ 9 ส่วนผสมทางการตลาด : ช่องทางการจัดจำหน่าย	3	1) เช็คชื่อ/สุ่มตรวจการแต่งกาย 2) บรรยาย 3) เตรียมความพร้อมการทำโครงการ "Health Land แคนสุขภาพ" ธุรกิจจำลอง	1. ใบเช็คชื่อ 2. แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา 3. สื่อประกอบการบรรยาย 4. แบบประเมินโครงการงาน	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
10	สอบกลางภาค				
11	บทที่ 10 ส่วนผสมทางการตลาด : การจัดจำหน่ายและการขนส่งสินค้า	3	1) บรรยาย 2) ทำโครงการ "Health Land แคนสุขภาพ" ธุรกิจจำลอง	1. ใบเช็คชื่อ 2. แบบประเมินการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายของนักศึกษา 3. สื่อประกอบการบรรยาย 4. GoogleClassroom	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
12	บทที่ 11 ส่วนผสมทางการตลาด : การส่งเสริมการตลาด	3	1) บรรยาย 2) ทำโครงการ "Health Land แคนสุขภาพ" ธุรกิจจำลอง	1. ใบเช็คชื่อ 2. GoogleClassroom	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
13	บทที่ 11 ส่วนผสมทางการตลาด : การส่งเสริมการตลาด	3	1) บรรยาย 2) ทำโครงการ "Health Land แคนสุขภาพ" ธุรกิจจำลอง	1. ใบเช็คชื่อ 2. GoogleClassroom	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
14	บทที่ 11 ส่วนผสมทางการตลาด : การส่งเสริมการตลาด	3	1) บรรยาย 2) ทำโครงการ "Health Land แคนสุขภาพ" ธุรกิจจำลอง	1. ใบเช็คชื่อ 2. GoogleClassroom	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)
15	บทที่ 12 การตลาดระหว่างประเทศ	3	1) บรรยาย 2) ทำโครงการ "Health Land แคนสุขภาพ" ธุรกิจจำลอง	1. ใบเช็คชื่อ 2. GoogleClassroom	1. อ.เด็ยรนา แม็ง (อ.พิเศษ)

16	บทที่ 13 จริยธรรมและจรรยาบรรณทางการตลาดธุรกิจ	3	1) เช็ชชื่อ/สุ่มตรวจเครื่องแต่งกาย 3) กิจกรรมนำเสนอโครงการที่ร่วมบูรณาการกับ 1 รายวิชา คือ - รายวิชาสถิติเพื่อการวิจัยทางวิทยาการธุรกิจ สุขภาพ 4) แจ้งสรุปคะแนนเก็บตลอดภาคการศึกษา	1. ใบเช็ชชื่อ 2. แบบประเมินการฝึกปฏิบัติงานและการดำเนินโครงการ 3. บันทึกคะแนนผลการประเมินตลอดภาคการศึกษา	1. อ.เดียนา เม็ง (อ.พิเศษ)
17, 18	สอบปลายภาค				

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	ด้านคุณธรรม จริยธรรม 1. 1) การปฏิบัติตาม กฎระเบียบ ข้อบังคับของ สาขาวิชา คณะ สถาบัน และสังคม 2. 2) การแสดงออกถึงความ ซื่อสัตย์ การมีวินัยในการ เรียน ตรงต่อเวลา ความ รับผิดชอบต่อนตนเอง สถาบัน และสังคม 3. 3) การแสดงออกถึงความเคารพ สิทธิและรับฟังความคิดเห็น ของผู้อื่น รวมทั้งเคารพใน คุณค่า และศักดิ์ศรีของความ เป็นมนุษย์ 4. 4) การแสดงออกถึงการมีจิตอาสา 5. 5) การแสดงออกถึงการยึดมั่น ในคุณธรรมตามกรอบ วิชาชีพทางด้านวิทยาการ วิทยาการธุรกิจสุขภาพ	- พฤติกรรมกรรมการเข้าชั้นเรียนและพฤติกรรมในชั้นเรียนของนักศึกษา - พฤติกรรมการทำงานกลุ่มของนักศึกษา - การแต่งกายของนักศึกษา - รายงานการวิเคราะห์ตนเองด้านคุณธรรม จริยธรรม	ตลอดภาคการศึกษา	10
2	ด้านความรู้ 1. 1) การแสดงออกถึงการมีทักษะ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และห้องสมุดเพื่อการ แสวงหาความรู้อย่าง กว้างขวาง 2. 2) การแสดงออกถึง ความสามารถในการเข้าถึง แหล่งการเรียนรู้เกี่ยวกับ ธุรกิจทางด้านสุขภาพ และ รั้วทันวิทยาการที่เปลี่ยนแปลง 3. 3) การแสดงออกถึง ความสามารถในการบูรณา การความรู้สู่การปฏิบัติใน งานด้านวิทยาการธุรกิจ สุขภาพเพื่อการสุขภาพแบบ องค์กรรวม 4. 4) การแสดงออกถึงการมีหลัก คิดทฤษฎี มีทักษะตาม กรอบวิชาชีพด้านวิทยาการ วิทยาการธุรกิจสุขภาพ	- สอบกลางภาค	10	25
		- สอบปลายภาค	17-18	25
		- ประเมินการปฏิบัติงานในโครงการที่ร่วมบูรณาการ	16	10
3	ด้านทักษะทางปัญญา 1. 1) การแสดงออกถึงการคิด อย่างมีวิจารณญาณ และคิด วิเคราะห์ 2. 2) การแสดงออกถึง ความสามารถในการคิดเชิง เหตุผล 3. 3) การแสดงออกถึง ความสามารถในการคิดเชิง บูรณาการ	- ประเมินจากชิ้นงานกรณีศึกษาของนักศึกษา	ตลอดภาคการศึกษา	10
4	ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 1. 1) สามารถปรับตัวในการใช้ชีวิต ในระดับสาขาวิชา คณะ และสถาบัน 2. 2) การแสดงออกถึง ความสามารถในการเรียนรู้ และการทำงานเป็นกลุ่ม 3. 3) แสดงออกถึงการมี ปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสังคมพหุ วัฒนธรรม	- ประเมินจากการทำงานเดี่ยวหรืองานกลุ่ม - ประเมินจากการนำเสนอผลงาน - ประเมินจากพฤติกรรมในการเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10
5	ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 1. 1) การแสดงออกถึง ความสามารถในการใช้ภาษา เพื่อการสื่อสารและการ สืบค้นเกี่ยวกับวิทยาการ วิทยาการธุรกิจสุขภาพ ทั้ง ภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ 2. 2) แสดงออกถึงความสามารถใน การติดต่อสื่อสารระดับบุคคล โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการแลกเปลี่ยน ข้อมูล 3. 3) แสดงออกถึงความสามารถใน การวิเคราะห์ข้อมูล แปลผล และนำเสนอข้อมูลด้านธุรกิจ สุขภาพโดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ 4. 4) แสดงออกถึงความสามารถใน การสื่อสารด้านวิทยาการ วิทยาการธุรกิจสุขภาพต่อ สาธารณชนโดยใช้เทคโนโลยี	- ประเมินจากพฤติกรรมในการเรียนของนักศึกษา - ประเมินจากการนำเสนอชิ้นงานของนักศึกษา	ตลอดภาคการศึกษา	10

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

สุดาพร กุณฑลบุตร.(2560). หลักการตลาด...สมัยใหม่. กรุงเทพฯ : สนพ. แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 อับสร อีซอและคณะ.(2556). หลักการตลาด. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
 วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2558). หลักการตลาด. ปทุมธานี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

วิทวัส รุ่งเรืองผล. หลักการตลาด. บริษัท มาร์เก็ตติ้งพ จำกัด.2553

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

วารุณี ตันติวงศาวิชและคณะ. หลักการตลาด. สำนักพิมพ์เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า. 2545
 Journal of Marketing
 เอกสาร E-Learning
 สุดาตวง เรืองรุจิระ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9, กรุงเทพมหานคร: ปรกษาพริก, 2543
 ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. หลักการตลาด กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, 2543
 Kotler & Armstrong. PRINCIPLES OF MARKETING pearson education Indochina ltd:2546

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- 1.1 การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน
- 1.2 แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- 1.3 การติดต่อปรึกษา ส่งงานทางอีเมลที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- 2.1 ผลการเรียนของนักศึกษา
- 2.2 ผลงานกลุ่มของนักศึกษา
- 2.3 การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- 3.1 สัมมนาการจัดการเรียนการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

4.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

การกำหนดระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการประกันคุณภาพภายในของสถาบันที่ทำความเข้าใจตรงกันทั้งสถาบัน และนำไปดำเนินการจนบรรลุผลสัมฤทธิ์ ซึ่งกำกับดูแลโดยสำนักงานประกันคุณภาพ ทั้งนี้ผู้ประเมินภายนอกสามารถตรวจสอบได้ดังนี้

- ระดับรายวิชา
- ในการประเมินระดับรายวิชาให้ดำเนินการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งดังนี้
- (1) จัดให้มีการประเมินการเรียนการสอน เช่น ให้นักศึกษาประเมินผู้สอน ให้นักศึกษาประเมินตนเอง ผู้สอนสัมภาษณ์นักศึกษารายบุคคลหรือประชุมกลุ่มย่อย
 - (2) จัดให้มีการประเมินการเรียนการสอนตามที่กำหนดไว้ในรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) และรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.5) หรือรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.6)
 - (3) ประเมินเครื่องมือที่ใช้ประเมินผลนักศึกษา เช่น ใบงาน แบบฝึกหัด ข้อสอบ
 - (4) จัดทดสอบเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ในรายวิชาที่จะดำเนินการทวนสอบ

ระดับหลักสูตร

ในการประเมินระดับหลักสูตรให้ดำเนินการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งดังนี้

- (1) แต่งตั้งคณะกรรมการกลางเพื่อประเมินกระบวนการพัฒนานักศึกษาเป็นไปตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ในรายละเอียดของหลักสูตร (มคอ.2) โดยพิจารณาจาก
 - (1.1) วัตถุประสงค์ของหลักสูตร
 - (1.2) คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา
 - (1.3) แผนการจัดการตลอดหลักสูตร
- (2) จัดให้มีการทดสอบความรู้และทักษะของนักศึกษาในทุกชั้นปี เนื้อหาการทดสอบเหมาะสมสอดคล้องกับสาระสำคัญของแต่ละระดับชั้นปี ซึ่งออกโดยคณะกรรมการทวนสอบ

4.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

ในการประเมินระดับหลักสูตรดำเนินการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งดังนี้

- (1) ประเมินสถานะการดำเนินงานของบัณฑิต จากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่สำเร็จการศึกษาในด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ ความสามารถ ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบกิจการอาชีพ
- (2) เก็บข้อมูลจากผู้มีบัณฑิต โดยการสัมภาษณ์ หรือ ส่งแบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจบัณฑิตที่จบการศึกษาและเข้าทำงานในสถานศึกษานั้น ๆ ในระยะเวลาต่าง ๆ เช่น ปีที่ 1 ปีที่ 5 เป็นต้น
- (3) ติดตามและประเมินความก้าวหน้าในสายงานของบัณฑิต

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้
5.1 ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

หมวดอื่นๆ