



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ.๕)

ภาคปกติ

กลุ่มเรียนที่ ๑ ภาคเรียนที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๕๕

รายวิชา การสื่อสารการตลาด

รหัสวิชา ๓๐๕๒๑๐๒

ลงชื่อ ผู้สอน
(อาจารย์อัจฉราภรณ์ มลิวงศ์)

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชาได้ผ่านความเห็นชอบจาก

ลงชื่อประธานคณะกรรมการผู้รับผิดชอบ
หลักสูตรสาขาวิชานิเทศศาสตร์
(อาจารย์สุดจินดา ปานคำ)

ลงชื่อ คณบดี
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน)

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ภาคเรียนที่ ๑/๒๕๕๓

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
สาขาวิชา/คณะ	สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา ๓๐๕๒๑๐๒ การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)
๒. จำนวนหน่วยกิต ๓ (๓-๐-๓)
๓. หลักสูตร และประเภทรายวิชา หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ และเป็นวิชาบังคับ ในกลุ่มเนื้อหา
๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน อาจารย์อรรดา มลิวงศ์
๕. ระดับการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ ๑/๒๕๕๔ ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ ๒ (รหัส ๕๓) กลุ่มเรียนที่ ๑ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ศศ.บ. ๔ ปี จำนวน ๓๒ คน ในภาคเรียนที่ ๑/๒๕๕๓ ประจำปีการศึกษา ๒๕๕๓
๖. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) -
๗. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) -
๘. สถานที่เรียน ห้องเรียนมาตรฐาน ๓๖๓๔ อาคาร ๓๖ คณะวิทยาการจัดการ.....
๙. วันที่จัดทำรายละเอียดของรายวิชา หรือวันที่มีการปรับปรุงครั้งล่าสุด ...๒๐ ตุลาคม ๒๕๕๔.....

หมวดที่ ๒ การจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

๑. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน			
หัวข้อ	จำนวนชั่วโมง ตามแผน การสอน	จำนวน ชั่วโมงที่ สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริง ต่างจากแผนการสอนหาก มีความแตกต่างกัน ๒๕%
บทที่ ๑ แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน
บทที่ ๒ กระบวนการสื่อสารการตลาด	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน
บทที่ ๓ การวิเคราะห์ผู้รับสาร	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน
บทที่ ๔ การวางแผนการสื่อสารการตลาด	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน
บทที่ ๕ การวางแผนสื่อและกลยุทธ์การใช้สื่อ สอนเพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับ - กำหนดตราสินค้า และ การสร้าง Brand Identity - วิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ และ SWOT - วิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขัน Competitive Analysis - การกำหนดตำแหน่งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ Brand Positioning - การกำหนดตลาดเป้าหมาย/ กลุ่มเป้าหมาย Target Market	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน
บทที่ ๖ การโฆษณา	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน
บทที่ ๗ การประชาสัมพันธ์	๑๖	๑๖	เป็นไปตามแผนการสอน
บทที่ ๘ การขายโดยบุคคล	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน
บทที่ ๙ การส่งเสริมการขาย	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน

นักศึกษาดำเนินงาน Project การวางแผนการสื่อสารการตลาด และทดลองใช้จริง	๑๒	๑๒	เป็นไปตามแผนการสอน
นักศึกษานำเสนองาน Project(5) : การวางแผนการสื่อสารการตลาด (นำเสนอร่วม 2 กลุ่มเรียน)	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน
สะท้อนความรู้สึกลึก - แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างนักศึกษาและอาจารย์เกี่ยวกับความรู้ ประโยชน์ ที่ได้รับในการเรียนการสอน - รับฟังเสียงสะท้อนของนักศึกษาต่อรูปแบบ/ วิธีการสอนของอาจารย์ผู้สอน เพื่อนำไปปรับปรุงการเรียนการสอนต่อไป	๔	๔	เป็นไปตามแผนการสอน
สอบปลายภาคเรียน			
๒. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน ระบุหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน และพิจารณานัยสำคัญของหัวข้อต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชา และหลักสูตร ในกรณีที่มีนัยสำคัญให้เสนอแนวทางชดเชย			
หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)	นัยสำคัญของหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน	แนวทางชดเชย	
-	-	-	
๓. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา			
ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิผล	ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
ด้านคุณธรรม จริยธรรม	๑. วิธีการสอนโดยการบรรยาย พร้อมยกตัวอย่างประกอบ ๒. มอบหมายงานเป็นกลุ่ม และอภิปรายกลุ่ม โดยสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม ๓. ยกตัวอย่างกรณีศึกษา	✓	ไม่มี

ด้านความรู้	๑. วิธีการสอนให้ความรู้โดยใช้รูปแบบการสอนบรรยายพร้อมยกตัวอย่าง ๒. วิธีการสอนให้ความรู้โดยการปฏิบัติ ๓. วิธีการสอนให้ความรู้โดยการให้สืบค้น ๔. จัดทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ๕. มอบหมายงานเป็นกลุ่มหรืองานรายบุคคล แล้วแต่ความยากง่ายของงาน	✓	ไม่มี
ด้านทักษะทางปัญญา	๑. มอบหมายงานเป็นกลุ่ม/รายบุคคล และนำเสนอผลงานการวางแผนการตลาดแบบผสมผสานในชั้นเรียน และร่วมกันแสดงความเห็น และประเมินผล ๒. อภิปรายแลกเปลี่ยนความรู้ และให้ข้อเสนอแนะการนำเสนอของเพื่อร่วมชั้นเรียน	✓	ไม่มี
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	๑. มอบหมายงานเป็นกลุ่ม และนำเสนอผลงานในชั้นเรียน	✓	ไม่มี
ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี	๑. มอบหมายงานเป็นกลุ่ม และนำเสนอผลงานในชั้นเรียน ๒. อภิปรายแลกเปลี่ยนความรู้ในชั้นเรียน	✓	ไม่มี

๔. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

การปรับปรุงการสอน ดำเนินการดังนี้

๔.๑ จัดให้มีการสัมมนาเพื่อร่วมกันหาแนวทางหรือวางแผนการพัฒนารายวิชา โดยนำผลการประเมินประสิทธิภาพรายวิชา ผลการประเมินการสอน ผลการสอบ และข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง มาใช้ประกอบการพิจารณา

หมวดที่ ๓ สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

๑. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน		
๓๒ คน		
๒. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา		
๓๒ คน		
๓. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)		
๐ คน		
๔. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)		
ระดับคะแนน (เกรด)	จำนวน	ร้อยละ
A	๑	๓.๑๓
B ⁺	๓	๙.๓๘
B	๔	๑๒.๕๐
C ⁺	๖	๑๘.๗๕
C	๕	๑๕.๖๓
D ⁺	๓	๙.๓๘
D	๓	๙.๓๘
F	๓	๙.๓๘
I	๐	๐
ผ่าน (P, S)	-	-
ไม่ผ่าน (U)	-	-

การวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้	
การวัดผล	
๑. คะแนนระหว่างภาคเรียน	ร้อยละ ๗๐
๑.๑ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ร้อยละ ๑๐
๑.๒ สรุปบทเรียนและนำเสนอ	ร้อยละ ๒๐
๑.๓ สรุปบทเรียนเป็น Mind Mapping	ร้อยละ ๑๐
๑.๔ Final Project	ร้อยละ ๓๐
๒. คะแนนสอบปลายภาคเรียน	ร้อยละ ๓๐
การประเมินผล	
คะแนนตั้งแต่ร้อยละ ๘๐ ขึ้นไป	ได้ระดับผลการเรียน A
คะแนนร้อยละ ๗๕-๗๙ คะแนน	ได้ระดับผลการเรียน B+
คะแนนร้อยละ ๗๐-๗๔ คะแนน	ได้ระดับผลการเรียน B
คะแนนร้อยละ ๖๕-๖๙ คะแนน	ได้ระดับผลการเรียน C+
คะแนนร้อยละ ๖๐-๖๔ คะแนน	ได้ระดับผลการเรียน C
คะแนนร้อยละ ๕๕-๕๙ คะแนน	ได้ระดับผลการเรียน D+
คะแนนร้อยละ ๕๐-๕๔ คะแนน	ได้ระดับผลการเรียน D
คะแนนตั้งแต่ร้อยละ ๔๙ ลงมา	ได้ระดับผลการเรียน F
๕. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)	
ไม่มี	
๖. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา	
ระบุความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ใน มคอ.๓ หมวด ๕ ข้อ ๒	
๖.๑ ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดเวลาการประเมิน	
ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
-	-
๖.๒ ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้ (ถ้ามี)	
ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
การประเมินผลจากการสังเกตพฤติกรรมของ นศ.เกี่ยวกับจริยธรรมวิชาชีพ ไม่สามารถทำ	เพราะโอกาสในการแสดงออกถึงความมี คุณธรรมของนักศึกษาแต่ละคน ไม่เหมือนกัน

ได้ทุกคน	
๗. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา	
วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
- ประชุมกรรมการพิจารณาผลการเรียนรายวิชา - นำเอางานกลุ่ม/Project มาออกข้อสอบปลายภาคเรียน	- นักศึกษาไม่สนใจเรียน สมาริสิ้น ไม่มีส่วนร่วมกับการทำงานกลุ่ม - นักศึกษาที่ชอบนำชื่อไปฝากในกลุ่มและไม่ได้มีส่วนร่วมในการทำงานกลุ่มไม่สามารถทำข้อสอบปลายภาคเรียนได้

หมวดที่ ๔ ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ

๑. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก	
ปัญหาในการใช้แหล่งทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน (ถ้ามี)	ผลกระทบ
อาคาร ๑๖ คณะวิทยาการจัดการมีทรัพยากรและสิ่งสนับสนุนที่เอื้อต่อการเรียนรู้เพียงพอเพียง	ไม่มี
๒. ประเด็นด้านการบริหารและองค์กร	
ปัญหาด้านการบริหารและองค์กร(ถ้ามี)	ผลกระทบต่อผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
ไม่มี	

หมวดที่ ๕ การประเมินรายวิชา

๑. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา (แนบเอกสาร)
๑.๑ ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา นักศึกษาไม่มีความรู้พื้นฐานด้านการตลาดมาก่อน ทำให้เข้าใจบทเรียนได้ยาก
๑.๒ ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อผลการประเมินตามข้อ 1.1 สอนความรู้พื้นฐานด้านการตลาดก่อนที่จะเข้าสู่บทเรียนแรก
๒. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น
๒.๑ ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น - ข้อวิพากษ์ที่สำคัญ จากการสอบถาม นักศึกษา พบว่า นักศึกษาชอบวิธีการเรียนรู้ด้วยตนเองและมานำเสนอในชั้นเรียนเพื่อแลกเปลี่ยนร่วมกัน เพราะได้ใช้ความคิดและทบทวนความรู้ร่วมกัน

- มีนักศึกษาที่ชอบนำชื่อไปฝากกับเพื่อนในการทำงาน Project แต่ไม่มีส่วนร่วมในการทำงานเลย
๒.๒ ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อผลการประเมินตามข้อ 2.1 - คงรูปแบบการเรียนการสอนแบบวิธีการเรียนรู้ด้วยตนเองและมานำเสนอในชั้นเรียนเพื่อแลกเปลี่ยน ร่วมกันเอาไว้ - มีวิธีการทวนสอบความรู้ที่ได้โดยการนำเอา Project ไปออกข้อสอบปลายภาคเรียน หรือ อาจจัดเป็นการ สอบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการทำ Project แบบสอบกระชั้นหัน

หมวดที่ ๖ แผนการปรับปรุง

๑. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงาน/รายวิชาครั้งที่ผ่านมา		
แผนการปรับปรุงที่เสนอในภาคการศึกษา/ ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ	
- ไม่มี -	- ไม่มี -	
๒. การดำเนินการอื่น ๆ ในการปรับปรุงรายวิชา		
คงรูปแบบการเรียนการสอนแบบวิธีการเรียนรู้ด้วยตนเองและมานำเสนอในชั้นเรียนเพื่อแลกเปลี่ยน ร่วมกันเอาไว้ และ สอนความรู้พื้นฐานด้านการตลาดก่อนที่จะเข้าสู่บทเรียนแรก		
๓. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป		
ข้อเสนอ	กำหนดเวลาที่แล้ว เสร็จ	ผู้รับผิดชอบ
เชิญอาจารย์พิเศษ/วิทยากรมาให้ความรู้และ ประสบการณ์ตรงในการเขียน	สัปดาห์ที่ ๔	อาจารย์ผู้สอนติดต่อ เลข หลักสูตรประสานงาน
เพิ่มตัวอย่าง/กรณีศึกษาด้านการสื่อสารการตลาดให้ มากขึ้น	ตลอดภาคเรียน	อาจารย์ผู้สอน และมอบหมาย ให้นักศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม

๔. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

- คงรูปแบบการเรียนการสอนแบบวิธีการเรียนรู้ด้วยตนเองและมานำเสนอในชั้นเรียนเพื่อแลกเปลี่ยนร่วมกันเอาไว้ และ สอนความรู้พื้นฐานด้านการตลาดก่อนที่จะเข้าสู่บทเรียนแรก
- มีวิธีการทวนสอบความรู้ที่ได้โดยการนำเอา **Project** ไปออกข้อสอบปลายภาคเรียน หรือ อาจจัดเป็นการสอบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการทำ **Project** แบบสอบกระชั้นหัน

ลงชื่อ :

(อาจารย์อัจฉรา มลิวงศ์)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา/ผู้รายงาน

วันที่ ๒๐ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๔