

มคอ.3

รายละเอียดของรายวิชา สก 343 การตลาดสังคม
สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ
คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ภาคเรียนที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2559

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

สก 343 การตลาดสังคม
HP 343 Social Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

2(2-0-4)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (การส่งเสริมสุขภาพ)
ประเภทวิชา วิชาเฉพาะสาขา

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ รัตน์ดิพร โกสุวินทร์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 1
อาจารย์ ดร.พิมลพร เซาว์ไวพจน์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 2

อาจารย์ผู้สอน

ลำดับที่	รายชื่อ	สังกัด
1.	อาจารย์ รัฐ สาเรือง	อิสระ
2.	อาจารย์ รัตน์ดิพร โกสุวินทร์	คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3.	อาจารย์ ดร.พิมลพร เซาว์ไวพจน์	คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน :

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

ภาคทฤษฎี ห้อง 222 คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

พฤษภาคม 2559

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้บัณฑิตมีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพและแนวคิดทางด้านการตลาดสังคม โดยยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม มีทักษะทางปัญญา สามารถประยุกต์ความรู้ที่ได้รับและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม มีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ระหว่างบุคคลและ/หรือกลุ่มคน สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทผู้นำและผู้ตามในระบบสุขภาพทุกระดับและในสถานการณ์ที่หลากหลาย มีการใช้ทักษะการแปลงข้อมูลเป็นข่าวสารและการใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ในสถานการณ์ต่างๆ ได้ โดยเมื่อเรียนจบวิชานี้แล้วบัณฑิตสามารถ

1. มีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางด้านการตลาดสังคม ความหมายและความสำคัญของการตลาดเพื่อสังคม
2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญา แนวคิด และทฤษฎีทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม
3. มีความรู้ความเข้าใจและสามารถทำการวิเคราะห์ระบบการตลาดสังคมและเครื่องมือการตลาดสังคมได้
4. มีความรู้ความเข้าใจและสามารถวางแผนการตลาด เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
5. มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารการตลาดเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ
6. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อสังคม
7. ทราบถึงและสามารถวิเคราะห์ระบบตลาดภายใต้สถานการณ์ระบบสุขภาพของสังคมไทยในปัจจุบัน
8. ทราบถึงและสามารถวิเคราะห์เงื่อนไขทางสังคมเพื่อก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ
9. สามารถประยุกต์ความรู้เรื่องหลักการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการสร้างเสริมสุขภาพ
10. บัณฑิตสามารถบูรณาการความรู้ด้านการตลาดเพื่อสังคมในงานสร้างเสริมสุขภาพ รวมถึงสามารถประเมินผลการใช้หลักการตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับปรุงรายวิชาให้มีความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และเป็นปัจจุบันตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต การเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาวะสุขภาพ และความก้าวหน้าทางวิชาชีพ

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายและความสำคัญของการตลาดเพื่อสังคม แนวคิดและปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาด โดยคำนึงถึงสังคม ความพึงพอใจของผู้ผลิต และผู้บริโภค กระบวนการในการวางแผนการตลาด ตลอดจนวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในงานส่งเสริมสุขภาพ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การสัมมนา/กรณีศึกษา	การศึกษาด้วยตนเอง (SDL)
22	-	8	60

3. ความรับผิดชอบหลัก/ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	๑. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				๒. ด้าน ความรู้			๓. ด้านทักษะ ทางปัญญา			๔. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่าง บุคคลและ ความ รับผิดชอบ			๕. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสารและ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ				๖. ด้านทักษะ การปฏิบัติ ทางวิชาชีพ			
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	
สภ 343 การตลาดสังคม		●			●	●			●		●	●			●	○					

4. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล
2 ชั่วโมง/สัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	1.2 วิธีการสอน	1.3 วิธีการประเมินผล
1. มีคุณธรรม จริยธรรม และ จรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ	-	-
2. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและ สังคม เคารพกฎระเบียบและ ข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม	1. กำหนดระเบียบการเข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบ	1. ประเมินจากบันทึกการเข้า ห้องเรียนและห้องสอบ การส่งงานที่ ได้มอบหมาย
3. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็น ของผู้อื่น	-	-
4. เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่นทั้งในการ ดำรงตนและในการปฏิบัติงาน	-	-

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ	2.2 วิธีการสอน	2.3 วิธีการประเมินผล
1. มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	1. อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินสัมมนาในชั้นเรียน
2. มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ	1. การสอนบรรยายประกอบสื่อ 2. การสัมมนา เรียนรู้จากกรณีศึกษา และการนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. การมอบหมายให้ทำรายงาน	1. การสอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินจากรายงาน 3. การประเมินโดยใช้แบบประเมินความรู้ในการนำเสนอในชั้นเรียน
3. มีความรู้และความเข้าใจถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ	-	-

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	3.2 วิธีการสอน	3.3 วิธีการประเมินผล
1. สามารถศึกษาข้อมูล แนวคิดหรือหลักฐานใหม่ๆ จากแหล่ง ข้อมูลที่หลากหลายเพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ตลอดชีวิต	-	-
2. สามารถประยุกต์ความรู้ภาคทฤษฎีภาคปฏิบัติ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม	1. การอภิปรายในชั้นเรียนเรื่องการประยุกต์ความรู้เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ 2. การสัมมนาและกรณีศึกษา	1. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย 2. ประเมินจากแบบประเมินการนำเสนอในชั้นเรียนโดยอาจารย์
3. สามารถศึกษาปัญหาที่ค่อนข้างซับซ้อนด้านการส่งเสริมสุขภาพอย่างมีวิจารณญาณ คิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและเสนอแนวทางในการแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์	-	-

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	4.2 วิธีการสอน	4.3 วิธีการประเมินผล
1. มีปฏิสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ระหว่างบุคคลและ/หรือกลุ่มคน และสามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์	1. การสัมมนา และอภิปรายในชั้นเรียน	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินสัมมนาในชั้นเรียน

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	4.2 วิธีการสอน	4.3 วิธีการประเมินผล
2. สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทผู้นำและผู้ตามในระบบสุขภาพทุกระดับ และในสถานการณ์ที่หลากหลาย	1. การถาม-ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. การประเมินโดยใช้แบบประเมินสัมมนาในชั้นเรียน
3. มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ รวมทั้งการพัฒนาตนเองเพื่อพัฒนาวิชาชีพอย่างเหมาะสม	-	-

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องการพัฒนา	5.2 วิธีการสอน	5.3 วิธีการประเมินผล
1. สามารถศึกษาวิเคราะห์และทำความเข้าใจในประเด็นปัญหาทางสุขภาพ โดยเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์หรือสถิติที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสมในการศึกษาค้นคว้าและเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหา	-	-
2. สามารถแปลงข้อมูลเป็นข่าวสารที่มีคุณภาพและเหมาะสมต่อการสื่อสารทั้งกับบุคคลและกลุ่มคนในสถานการณ์ที่หลากหลาย และนำไปใช้ในการส่งเสริมสุขภาพได้อย่างเหมาะสม	1. มอบหมายงานให้จัดเตรียมข้อมูลและนำเสนอในชั้นเรียน	1. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย 2. ประเมินจากการสังเกตในชั้นเรียน
3. สามารถสื่อสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ บุคคลและกลุ่มคน	1. การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมมนาในชั้นเรียนโดยมีรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้ฟัง	1. ประเมินจากแบบประเมินทักษะการสื่อสารระหว่างการนำเสนอในชั้นเรียน
4. สามารถเลือกและมีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมายและนำเสนอข้อมูลสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม	-	-

6. ทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ (ไม่ประเมินผล)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	วันที่สอน	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	9 ม.ค.60	บรรยาย - แนะนำรายวิชา อาจารย์ผู้สอน และ การเรียนการสอน - ทบทวนความรู้เดิมด้านการตลาดเพื่อ สังคม	2	-	-	ชี้แจงระเบียบการเข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบและการแต่งกาย บรรยายประกอบ PowerPoint	Computer LCD Visualizer	อ.รัตนดิพร
2	16 ม.ค.60	บรรยาย -ปรัชญา แนวคิด ทฤษฎีด้านการ ตลาด เพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
		บรรยาย -การวิเคราะห์ระบบการตลาดและ เครื่องมือการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
3	23 ม.ค.60	บรรยาย -การวางแผนการตลาด กลยุทธ์ กลวิธี การตลาดเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
		บรรยาย -การบริหารการตลาดเพื่อการสร้างเสริม สุขภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
4	3 ก.พ.60	บรรยาย -กลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อ สังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
		บรรยาย -วิเคราะห์ระบบตลาดภายใต้สถานการณ์ ระบบสุขภาพของสังคมไทยในปัจจุบัน	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัฐ สาเรือง
5	6 ก.พ. 60	สัมมนา -การสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อการ สร้างเสริมสุขภาพ -วิเคราะห์กรณีศึกษาทางการตลาด สังคม	-	-	2	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้น เรียน - ร่วมกันสรุปทเรียนที่เกิดขึ้น	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมล พร อ.รัตนดิพร
6	20 ก.พ. 60	สอบกลางภาค	2	-	-	- สอบทฤษฎี	-	อ.รัตนดิพร

สัปดาห์ที่	วันที่สอน	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
7	27 ก.พ. 60	บรรยาย -พฤติกรรมผู้บริโภคในการตลาด	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตนติพร
8	6 มี.ค.60	บรรยาย -การวางแผนการสื่อสารการตลาด	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตนติพร
9	13 มี.ค.60	บรรยาย -การส่งเสริมการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตนติพร
10	20 มี.ค.60	บรรยาย -การวิเคราะห์เงื่อนไขทางสังคมเพื่อก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร
11	27 มี.ค.60	บรรยาย -สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาดสังคมในงานส่งเสริมสุขภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตนติพร
12	3 เม.ย.60	บรรยาย -การประยุกต์การตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตนติพร อ.ดร.พิมลพร
13	10 เม.ย.60	บรรยาย -การประเมินผลการใช้หลักการตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร
14	17 เม.ย.60	สัมมนา -การประเมินผลการใช้หลักการตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	-	-	2	- แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	- Computer - LCD - Visualizer	อ.ดร.พิมลพร อ.รัตนติพร
15	24 เม.ย.60	บรรยาย สรุปการดำเนินงานการตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน -ร่วมกันสรุปบทเรียนที่เกิดขึ้น	- Computer - LCD - Visualizer	อ.รัตนติพร
16	1 พ.ค.60	สอบปลายภาค	2	-	-	- สอบทฤษฎี	-	อ.รัตนติพร

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม	ผลการเรียนรู้	วิธีการ	สัปดาห์	สัดส่วน (%)
1	2.1, 2.2, 3.2, 5.2 (5.3)	สอบกลางภาค	6	40

2	2.1, 2.2, 3.2, 5.2 (5.3)	สอบปลายภาค	16	40
3	1.2, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1, 4.2 5.2 (5.3)	การนำเสนอผลการสัมมนา และ กรณีศึกษา	6,17	10
4	1.2, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1, 4.2 5.2 (5.3)	รายงาน	6, 17	10

การประเมินผลการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ :

มาตรฐานผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	ร้อยละ
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	1. ประเมินโดยใช้แบบบันทึก การปฏิบัติตามกฎระเบียบการ เข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบตรงต่อเวลา	10
2. ด้านความรู้	1. สอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนาและการนำเสนอ โดยอาจารย์	35
3. ด้านทักษะทางปัญญา	1. สอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนา และการนำเสนอ โดยตนเอง เพื่อนนิสิตและอาจารย์มีส่วนร่วมในชั้นเรียน	35
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและความรับผิดชอบ	1. ประเมินความรับผิดชอบโดยการสังเกตในการเรียนรู้ การ ส่งงาน ความถูกต้องของงาน ที่ได้รับมอบหมายโดยอาจารย์	15
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการ สื่อสารและการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	1. ประเมินวิธีการสื่อสารโดยใช้แบบประเมินการนำเสนอใน ชั้นเรียน (วิธีการสื่อสาร/รูปแบบสื่อ) โดยอาจารย์	5

เกณฑ์การพิจารณาตัดเกรด :

1. ใช้การประเมินผลแบบอิงกลุ่มดังนี้
2. นิสิตต้องเข้าเรียนครบร้อยละ 80 จึงจะมีสิทธิ์การสอบ
3. นิสิตต้องได้คะแนนการสอบภาคทฤษฎีมากกว่าร้อยละ 50 และมีคะแนนภาคปฏิบัติมากกว่าร้อยละ 60 จึงจะถือว่าสอบผ่าน

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

1. พรทิพย์ สัมปตตะวนิช. (2540). การตลาดเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
2. ปณิศา ลัญญานนท์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
3. สุชาวดี ยิ้มดี. (2547). การตลาดเบื้องต้นในบริการสุขภาพ. กรุงเทพฯ: หจก. จิรัชการพิมพ์.
4. Peter Spalton เรียนการตลาด (2557) แปลโดย สุนิย์รัตน์ ลิ้มปณวิวิท กรุงเทพฯ: บริษัทเอ็กเปอร์
เน็ท จำกัด. ต้นฉบับเดิมชื่อ Marketing Secrets

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1. Kotler, P. การตลาดฉบับคอตเลอร์ Kotler on marketing. (2560) แปลและเรียบเรียงโดย เมธา ฤทธานนท์). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ BrandAge books. ต้นฉบับเดิมชื่อ Kotler on marketing: how to create, win, and dominate markets.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

1. กลุ่มงานสนับสนุนงานการตลาดเพื่อสังคม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส)

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

1. การตอบคำถามของอาจารย์และเพื่อนนิสิตในชั้นเรียน
2. สังเกตปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอน กับ ผู้เรียน การมีส่วนร่วมในการซักถาม อภิปราย
3. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาในแบบประเมินที่สาขาวิชาจัดทำขึ้น

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

1. การสังเกตการสอนของผู้สอนโดยทีมผู้ร่วมสอน
2. ผลการสอบ และผลงานจากการเรียนรู้ที่ได้รับมอบหมาย
3. การทวนสอบและประเมินผลการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

1. วางแผนการสอนร่วมกับอาจารย์พิเศษเพื่อให้มีเนื้อหาที่บูรณาการกับการส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น
2. เพิ่มตัวอย่างการตลาดสังคม และอ่านงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. การทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

1. การทวนสอบจากการตรวจผลการประเมินการให้คะแนน/เกรดกับข้อสอบ และรายงาน โดย คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

1. ปรับปรุงรายวิชาทุกปีตามผลการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
2. ปรับปรุงรายวิชาตามรอบการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี