

มคอ.3

รายละเอียดของรายวิชา สส 334 การตลาดเพื่อสุขภาวะ
 สาขาการส่งเสริมสุขภาพ
 คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 ภาคเรียนที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2562

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

สส 334 การตลาดเพื่อสุขภาวะ
 HPX 334 Social Health Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

2(2-0-4)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (การส่งเสริมสุขภาพ)
 ประเภทวิชา กลุ่มวิชาชีพเฉพาะสาขา

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ ดร. รัตน์ดิพร โกสุวินทร์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 1
 อาจารย์ อาจารย์สุนิสา สงสัยเกตุ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 2

อาจารย์ผู้สอน

ลำดับที่	รายชื่อ	สังกัด
1.	อาจารย์ ดร. รัตน์ดิพร โกสุวินทร์	คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2	อาจารย์ อาจารย์สุนิสา สงสัยเกตุ	คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน :

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

ภาคทฤษฎี ห้อง 307 คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

17 มิถุนายน 2562

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้บัณฑิตสามารถอธิบายความหมาย ความสำคัญ แนวคิดและปรัชญาทางการตลาดเพื่อสังคม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาด การสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผน การตัดสินใจทางการตลาด กระบวนการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ การประยุกต์การตลาดสังคมในงานส่งเสริมสุขภาพ โดยยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม มีทักษะทางปัญญา สามารถประยุกต์ความรู้ที่ได้รับและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม มีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ระหว่างบุคคลและ/หรือกลุ่มคน สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทผู้นำและผู้ตามในระบบสุขภาพทุกระดับและในสถานการณ์ที่หลากหลาย มีการใช้ทักษะการแปลงข้อมูลเป็นข่าวสารและการใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ในสถานการณ์ต่างๆ ได้ โดยเมื่อเรียนจบวิชานี้แล้ว บัณฑิตสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับแนวคิด และทฤษฎีทางการตลาดเพื่อสังคม
2. อธิบายเกี่ยวกับการจัดการทางการตลาด
3. อธิบายกระบวนการในการวางแผนการตลาดเพื่อสังคม
4. อธิบายแนวคิดการสื่อสารการตลาด
5. อธิบายการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค
6. อธิบายการจัดทำแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม
7. อธิบายการส่งเสริมการตลาดเพื่อสังคม
8. อธิบายวิเคราะห์เงื่อนไขของสังคมที่ก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ
9. ประเมินผลการใช้หลักการตลาดเพื่อสังคมในการส่งเสริมสุขภาพ
10. ประยุกต์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อสังคมในการส่งเสริมสุขภาพ

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับปรุงรายวิชาให้มีความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และเป็นปัจจุบันตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต การเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาวะสุขภาพ และความก้าวหน้าทางวิชาชีพ

3. ผลการเรียนรู้รายวิชา

ผลการเรียนรู้รายวิชา

CLO	รายละเอียด	PLO
CLO 1	อธิบายแนวคิดและองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาดสังคม หลักการการสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผนการตัดสินใจทางการตลาด กระบวนการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ	PLO 1
CLO 2	ใช้หลักการ การสื่อสารทางการตลาดและกระบวนการการตลาดสังคม ในการออกแบบกิจกรรมหรือโครงการส่งเสริมสุขภาพ	PLO 3, 4, 11

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดและปรัชญาทางการตลาดเพื่อสังคม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาด การสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผน การตัดสินใจทางการตลาด กระบวนการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ การประยุกต์การตลาดสังคมในงานส่งเสริมสุขภาพ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การสัมมนา/กรณีศึกษา	การศึกษาด้วยตนเอง (SDL)
24	-	6	60

2. ความรับผิดชอบหลัก/ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม			2. ด้านความรู้				3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			6. ทักษะพิสัย		
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	
สส 334 การตลาดเพื่อสุขภาพ	●	○				○	●	○	○				●	●	●		○	○	●	●		

4. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล 2 ชั่วโมง/สัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	1.2 วิธีการสอน	1.3 วิธีการประเมินผล
1. มีความซื่อสัตย์ มีวินัย ตรงเวลา	1. กำหนดระเบียบการเข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย	1. บันทึกการเข้าห้องเรียนและห้องสอบ และการส่งงานตามกำหนดเวลา
2. มีจิตสาธารณะ เสียสละเพื่อส่วนรวม	1. ฝึกเขียนโครงการการตลาดเพื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม	1. ประเมินจากการการนำเสนอโครงการการตลาดเพื่อสังคม
3. ตระหนักในคุณค่าของศิลปะและวัฒนธรรม	-	-

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ	2.2 วิธีการสอน	2.3 วิธีการประเมินผล
1. มีความรู้พื้นฐานศึกษาทั่วไป	-	-
2. มีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	1. จัดกิจกรรมสัมมนาและอภิปรายกลุ่มย่อย	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนา โดยอาจารย์
3. มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ สามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	1. การสอนบรรยายประกอบสื่อ 2. การสัมมนา เรียนรู้จากกรณีศึกษาและการนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. การมอบหมายให้ทำรายงานและโครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ	1. การสอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่ รายงาน และโครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ 3. ประเมินผลจากการสัมมนาและการนำเสนอในชั้นเรียน 4. ประเมินผลจากการสังเกตการตอบคำถามและการอภิปรายในชั้นเรียน
4. สามารถพัฒนาความรู้และทักษะปฏิบัติทางการส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งต่อยอดองค์ความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง	1. การสัมมนา โดยเรียนรู้จากกรณีศึกษาและการนำเสนอหน้าชั้นเรียน 2. การมอบหมายให้ทำรายงานและโครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ	1. ประเมินผลจากการสัมมนาและการนำเสนอในชั้นเรียน 2. ประเมินผลจากการสังเกตการตอบคำถามและการอภิปรายในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	3.2 วิธีการสอน	3.3 วิธีการประเมินผล
1. สามารถประยุกต์ความรู้ให้เกิดประโยชน์	- จัดกิจกรรมให้ห็นิสิตฝึกค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง และนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการเรียนและการดำเนินชีวิตประจำวัน	1. กำหนดมาตรฐานการประเมินผลการเรียนรู้ โดยใช้เกณฑ์ Rubrics

		2. สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการสะท้อนคิดกิจกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินจากคุณภาพของรายงานที่แสดงถึงการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติม
2. สามารถคิดอย่างเป็นระบบและแก้ไขปัญหาได้	1. จัดกิจกรรม Active Learning โดยทำการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ปัญหาและบูรณาการความรู้เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ	1. กำหนดมาตรฐานการประเมินผลการเรียนรู้ โดยใช้เกณฑ์ Rubrics 2. สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการสะท้อนคิดกิจกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินจากคุณภาพของรายงานที่แสดงถึงการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติม
3. สามารถประเมิน วิพากษ์สถานการณ์ต่างๆ โดยใช้ความรู้เป็นฐาน	-	-
4. เป็นผู้มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์นวัตกรรม	-	-
5. สามารถศึกษา ค้นคว้า และประเมินข้อมูล แนวคิด หรือหลักฐานใหม่ๆ จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย	- จัดการเรียนการสอนโดยมอบหมายให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เช่น หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ งานวิจัย การศึกษาดูงาน การทำกิจกรรม/โครงการ	- ประเมินจากการอ้างอิงแหล่งข้อมูลอย่างถูกต้องตามหลักและจรรยาบรรณทางวิชาการ

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	4.2 วิธีการสอน	4.3 วิธีการประเมินผล
1. สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและผู้ร่วมงานได้	1. จัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้บัณฑิตได้มีการทำงานในบทบาทผู้นำและผู้ตาม ได้แก่ สัมมนาและอภิปรายร่วมกัน	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการปฏิบัติ (พฤติกรรมการทำงานเป็นทีมและความรับผิดชอบ) โดยอาจารย์

2. มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม	1. เลือกประเด็นที่เป็นปัญหาสังคม และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับด้าน สุขภาพให้นิสิตเรียนรู้ และ ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งกระตุ้นให้คิดหาวิธีที่จะมี ส่วนร่วมรับผิดชอบต่อ การ แก้ปัญหาโดยเริ่มต้นจาก ตัวนิสิต เอง	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมิน การปฏิบัติ ประเมินโดยการ สังเกตพฤติกรรมของนิสิตระหว่าง การทำงานกลุ่ม การสัมมนาและ อภิปรายร่วมกัน
3. สามารถปรับตัวให้เข้ากับ สถานการณ์ต่างๆ	-	-
4. สามารถพัฒนาการเรียนรู้ของ ตนเองอย่างต่อเนื่อง	1. สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อ งานที่ได้รับมอบหมายในการทำ กิจกรรมกลุ่ม 2. จัดการเรียนการสอนที่มีรูปแบบ ให้นิสิตได้แสดงความคิดเห็นของ ตนเองและรับฟังความคิดเห็นของ ผู้อื่น	1. ประเมินผลจากการสัมมนา กลุ่มย่อยและการนำเสนอในชั้น เรียน 2. ประเมินผลจากงานที่ได้รับ มอบหมาย ได้แก่ รายงาน โครงการ และการวิจัย

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศที่ต้องการพัฒนา	5.2 วิธีการสอน	5.3 วิธีการประเมินผล
1. สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลข เพื่อให้เข้าใจองค์ความรู้ หรือ ประเด็นปัญหา	1. สอดแทรกทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขในรายวิชาต่าง ๆ เพื่อ พัฒนาทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลขอย่างต่อเนื่อง	- กำหนดมาตรฐานการประเมินผล การเรียนรู้ โดยใช้เกณฑ์ Rubrics ทุกรายวิชา
2. สามารถสื่อสารได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	1. ฝึกการใช้ทักษะสื่อสารเพื่อ นำเสนอการสัมมนา	1. ประเมินผลจากการสัมมนาและ จากคุณภาพของรายงาน ที่แสดง ถึงความสามารถในการสื่อสาร
3. สามารถใช้เทคโนโลยีใน การสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล และเลือก ใช้ได้เหมาะสมกับสถานการณ์อย่างมี ประสิทธิภาพ	1. ฝึกการใช้เทคโนโลยีใน การ สืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล และ เลือกใช้ได้เหมาะสม	1. ประเมินจากคุณภาพจาก รายงาน และการสัมมนาที่แสดงถึง ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. ทักษะพิสัย (ไม่ประเมิน)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	วันที่สอน	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง			กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา			
1	21 ส.ค. 62	บรรยาย -แนะนำการเรียนการสอนของรายวิชา -แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดีพร
2	28 ส.ค.62	บรรยาย -การจัดการทางการตลาด	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดีพร
3	11 ก.ย.62	บรรยาย -กระบวนการวางแผนและดำเนินการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (1) - กระบวนการวางแผนและดำเนินการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (2)	4	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน - Gallery walk	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดีพร
4	18 ก.ย.62	บรรยาย -แนวคิดการสื่อสารการตลาด	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.สุนิสา
5	25 ก.ย.62	บรรยาย -การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.สุนิสา
6	2 ต.ค.62	สอบกลางภาค	2	-	-	- สอบทฤษฎี		อ.รัตนดีพร
7	9 ต.ค.62	บรรยาย -การจัดทำแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดีพร

ลำดับที่	วันที่สอน	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง			กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา			
8	16 ต.ค. 62	บรรยาย -การส่งเสริมการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.สุนิสา
9	30 ต.ค. 62	บรรยาย -การวิเคราะห์เงื่อนไขทางสังคมเพื่อ ก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มี ประสิทธิภาพ	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.สุนิสา
10	6 พ.ย.62	บรรยาย -องค์ประกอบที่สำคัญสู่ความสำเร็จของ แผนงานการตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.สุนิสา
11	13 พ.ย.62	บรรยาย -การประเมินผลการใช้หลักการตลาด เพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนติพร
12	20 พ.ย.62	บรรยาย -การประยุกต์การตลาดเพื่อสังคมในการ สร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนติพร
13	27 พ.ย.62	สัมมนา -กรณีศึกษา: การประยุกต์การตลาดเพื่อ สังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	-	-	2	-สัมมนาและอภิปราย ร่วมกันในชั้นเรียน กรณีศึกษา: การ ประยุกต์ใช้การตลาดเพื่อ สังคมในการสร้างเสริม สุขภาพ	สื่อ PowerPoint ใบงาน	อ.สุนิสา อ.รัตนติพร
14	4 ธ.ค.62	สัมมนา -นำเสนอโครงการ "การตลาดสังคมเพื่อ การสร้างเสริมสุขภาพ"	-	-	4	-สัมมนาและอภิปราย ร่วมกันในชั้นเรียน โครงการ "การตลาดสังคม เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ"	สื่อ PowerPoint ใบงาน	อ.รัตนติพร อ.สุนิสา

สัปดาห์ที่	วันที่สอน	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง			กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา			
15	11 ธ.ค. 62	สอบปลายภาค	2	-	-	- สอบทฤษฎี	-	อ.รัตนดิพร

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	15	40
3	1.2, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1, 4.2 5.2 (5.3)	การนำเสนอโครงการ การตลาดสังคมเพื่อการสร้าง เสริมสุขภาวะ	13, 14	10
4	1.2, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1, 4.2 5.2 (5.3)	รายงานกลุ่มโครงการ การตลาดสังคมเพื่อการสร้าง เสริมสุขภาวะ	14	10

การประเมินผลการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ :

มาตรฐานผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	ร้อยละ
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	1. สังเกตพฤติกรรมการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นโดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรม 2. บันทึกการขานชื่อ การเข้าห้องเรียน การเข้าห้องสอบและการส่งงานตามที่ได้รับมอบหมายภายในเวลาที่กำหนด 3. สังเกตพฤติกรรมการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นโดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรม	5
2. ด้านความรู้	1. การสอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนา และการนำเสนอ โดยอาจารย์ 3. ประเมินจากรายงานผลการศึกษาคูงาน	60
3. ด้านทักษะทางปัญญา	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนาและการนำเสนอโดยอาจารย์	20
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินพฤติกรรมภาวะการณืเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี 2. ติดตามการทำงานร่วมกับสมาชิกกลุ่มของนิสิตเป็นระยะๆพร้อมบันทึกพฤติกรรมเป็นรายบุคคล/กลุ่ม 3. ประเมินจากคุณภาพของรายงานและแบบประเมินสัมมนา	10
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1. ประเมินความสามารถสื่อสารโดยและการนำเสนอหน้าชั้นเรียนโดยใช้แบบประเมิน	5

เกณฑ์การพิจารณาตัดเกรด :

1. ใช้การประเมินผลแบบอิงเกณฑ์ดังนี้

80 – 100 คะแนน	= A	60 – 64คะแนน	= C
75 – 79 คะแนน	= B ⁺	55 – 59คะแนน	= D ⁺
70 – 74 คะแนน	= B	50 – 54คะแนน	= D
65 – 69 คะแนน	= C ⁺	น้อยกว่า 50 คะแนน	= E
2. นิสิตต้องได้คะแนนการสอบภาคทฤษฎีมากกว่าร้อยละ 50 และมีคะแนนภาคปฏิบัติมากกว่าร้อยละ 60 จึงจะถือว่าสอบผ่าน

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน**1. ตำราและเอกสารหลัก**

1. Analysis and comment. 2006. Health education. What social marketing can do for you. BMJ. 332.
2. Social marketing for health and specialised health promotion. 2008. A paper for debate. Jenny Griffiths, Clive Blair-Stevens and Allison Thorpe. With contributions from Jeff French, Patrick Ladbury, Steve Menzies, Rowena Merritt and Richard Parish.
3. นชกฤต วันตะเมธ. 2555. การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
4. สมพล วันตะเมธ. 2550. การตลาดเพื่อสังคม: กลยุทธ์สำคัญเพื่อการพัฒนาประชากร. วารสารประชากรศาสตร์ ปีที่ 23 ฉบับที่ 1.
5. เทียนทิพย์ เศียรเมธัน. 2558. กระบวนการการตลาดเพื่อสังคมในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ: กรณีศึกษาโครงการกิจกรรมบ้านปลอดบุหรี่ มุลินิธิธรรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ประชากรศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2558.
6. สมสิทธิ์ บุญชูติมา. การตลาดเชิงสังคม. ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

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. ปรับเนื้อหาหัวข้อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ให้รวมอยู่ในหัวข้อการสื่อสารทางการตลาด

4. การทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

1. การทบทวนสอบจากการตรวจผลการประเมินการให้คะแนน/เกรดกับข้อสอบ และรายงาน โดยคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

1. ปรับปรุงรายวิชาทุกปีตามผลการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
2. ปรับปรุงรายวิชาตามรอบการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี