

มคอ.3

รายละเอียดของรายวิชา สส 334 การตลาดเพื่อสุขภาพ

สาขาการส่งเสริมสุขภาพ

คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคเรียนที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2563

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

สส 334 การตลาดเพื่อสุขภาพ

HPX 334 Social Health Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

2(2-0-4)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (การส่งเสริมสุขภาพ)

หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเฉพาะสาขา (สุขศึกษาและการส่งเสริมสุขภาพ)

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ ดร. รัตน์ดิพร โกสุรินทร์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 1

อาจารย์สุนิสา สงสัยเกตู อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 2

อาจารย์ผู้สอน

ลำดับที่	รายชื่อ	สังกัด
1.	อาจารย์ ดร. พิมลพร เขาวนไวยพจน์	คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2.	อาจารย์สุนิสา สงสัยเกตู	คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3.	อาจารย์ ดร. รัตน์ดิพร โกสุรินทร์	คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน :

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

ภาคทฤษฎี ห้อง 306 คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

30 เมษายน 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นิสิตสามารถอธิบายความหมาย ความสำคัญ แนวคิดและปรัชญาทางการตลาดเพื่อสังคม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาด การสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผน การตัดสินใจทางการตลาด กระบวนการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ การประยุกต์การตลาดสังคมในงานส่งเสริมสุขภาพ โดยยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม มีทักษะทางปัญญา สามารถประยุกต์ความรู้ที่ได้รับและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม มีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ระหว่างบุคคลและ/หรือกลุ่มคน สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทผู้นำและผู้ตามในระบบสุขภาพทุกระดับและในสถานการณ์ที่หลากหลาย มีการใช้ทักษะการแปลงข้อมูลเป็นข่าวสารและการใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ในสถานการณ์ต่างๆ ได้ และมีบูรณาการงานวิจัยมาใช้ในการเรียนการสอน โดยเมื่อเรียนจบวิชานี้แล้ว นิสิตสามารถ

1. อธิบายแนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดเพื่อสังคมและความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการทางการตลาด
2. อธิบายกระบวนการวางแผนและดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ
3. อธิบายแนวคิดการสื่อสารการตลาด
4. อธิบายการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. จัดทำแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม
6. วิเคราะห์เงื่อนไขทางสังคมที่ก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ
7. อธิบายองค์ประกอบที่สำคัญสู่ความสำเร็จของแผนงานการตลาดเพื่อสังคม
8. ประเมินผลการใช้หลักการตลาดเพื่อสังคมในการส่งเสริมสุขภาพ
9. ประยุกต์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อสังคมในการส่งเสริมสุขภาพ

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับปรุงรายวิชาให้มีความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และเป็นปัจจุบันตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต การเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาวะสุขภาพ และความก้าวหน้าทางวิชาชีพ

3. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (Course Learning Outcome)

CLO	รายละเอียด	PLO	วิธีการประเมิน
CLO1	อธิบายแนวคิดและองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาดสังคม หลักการการสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผนการตัดสินใจทางการตลาด กระบวนการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ	PLO 1	การสอบภาคทฤษฎี

CLO2	ใช้หลักการ การสื่อสารทางการตลาดและกระบวนการ การตลาดสังคมในการออกแบบกิจกรรมหรือโครงการส่งเสริม สุขภาพ	PLO 3, 4, 11	การจัดโครงการ การตลาดเพื่อสุข ภาวะ
------	--	-----------------	--

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดและปรัชญาทางการตลาดเพื่อสังคม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบ
ของการจัดการทางการตลาด การสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผน การตัดสินใจทางการตลาด
กระบวนการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ การประยุกต์การตลาดสังคมในงานส่งเสริมสุขภาพ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

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

3. ความรับผิดชอบหลัก/ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม			2. ด้านความรู้				3. ด้านทักษะทาง ปัญญา					4. ด้านทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ				5. ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสารและ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ				6. ด้านทักษะ การปฏิบัติ ทางวิชาชีพ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3		
สส 334 การตลาด เพื่อสุขภาพ	●	○				○	●	○	○				●	●	●	○	○	●	●						

4. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

2 ชั่วโมง/สัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	1.2 วิธีการสอน	1.3 วิธีการประเมินผล
1.1.1 มีความซื่อสัตย์ มีวินัย ตรงเวลา	1. กำหนดระเบียบการเข้าห้องสอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย	1. บันทึกการเข้าห้องสอบ 2. การส่งงานตามกำหนดเวลา
1.2 มีจิตสาธารณะ เสียสละเพื่อ ส่วนรวม	1. ฝึกเขียนโครงการการตลาดเพื่อ สังคมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม	1. ประเมินจากการนำเสนอ โครงการการตลาดเพื่อสังคม
1.3 ตระหนักในคุณค่าของศิลปะและ วัฒนธรรม	-	-

2. ด้านความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ	2.2 วิธีการสอน	2.3 วิธีการประเมินผล
2.1 มีความรู้พื้นฐานศึกษาทั่วไป	-	-
2.2 มีความรู้และความเข้าใจใน ศาสตร์ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	1. จัดสัมมนาและอภิปรายกลุ่มย่อย	1. ประเมินความรู้จากการนำเสนอ สัมมนา โดยใช้แบบประเมิน
2.3 มีความรู้และความเข้าใจใน สาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสุขภาพ	1. การสอนบรรยายประกอบสื่อ 2. เรียนรู้จากกรณีศึกษา สัมมนา และอภิปรายกลุ่ม 3. การมอบหมายให้ทำรายงาน และโครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ	1. การสอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินผลจากงานที่ได้รับ มอบหมาย ได้แก่ รายงาน และ โครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ 3. ประเมินความรู้จากการนำเสนอ สัมมนา โดยใช้แบบประเมิน 4. ประเมินผลจากการสังเกตการ ตอบคำถามและการอภิปรายในชั้น เรียน
2.4 สามารถพัฒนาความรู้และทักษะ ปฏิบัติทางการส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งต่อยอดองค์ความรู้ได้อย่าง ต่อเนื่อง	1. สัมมนาและอภิปรายกลุ่ม 2. มอบหมายให้ทำรายงาน และจัด โครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ	1. ประเมินผลจากการสัมมนาและ การนำเสนอโครงการการตลาดเพื่อ สุขภาพ 2. ประเมินผลจากการสังเกตการ ตอบคำถามและการอภิปรายในชั้น เรียน

3. ด้านทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	3.2 วิธีการสอน	3.3 วิธีการประเมินผล
3.1 สามารถประยุกต์ความรู้ให้เกิดประโยชน์	1. จัดกิจกรรมให้นิสิตฝึกค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง และนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการเรียน	1. สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการสะท้อนคิดกิจกรรมในชั้นเรียน 2. ประเมินจากคุณภาพของรายงานที่แสดงถึงการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติม
3.2 สามารถคิดอย่างเป็นระบบและแก้ไขปัญหาได้	1. จัดกิจกรรม Active Learning โดย ฝึกวิเคราะห์ปัญหาและบูรณาการความรู้เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ	1. สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการสะท้อนคิดกิจกรรมในชั้นเรียน 2. ประเมินจากคุณภาพของรายงานที่แสดงถึงการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติม
3.3 สามารถประเมิน วิพากษ์ สถานการณ์ต่างๆ โดยใช้ความรู้เป็นฐาน	-	-
3.4 เป็นผู้มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์นวัตกรรม	-	-
3.5 สามารถศึกษา ค้นคว้า และประเมินข้อมูล แนวคิด หรือหลักฐานใหม่ๆ จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย	- จัดการเรียนการสอนโดยมอบหมายให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เช่น หนังสือ ตำรา บทความ วิชาการ งานวิจัย การศึกษาดูงาน การทำกิจกรรม/โครงการ	- ประเมินจากการอ้างอิงแหล่งข้อมูลอย่างถูกต้องตามหลักและจรรยาบรรณทางวิชาการ

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	4.2 วิธีการสอน	4.3 วิธีการประเมินผล
4.1 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและผู้ร่วมงานได้	1. การสัมมนาและอภิปรายกลุ่มย่อย	1. ประเมินพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม/อภิปรายปัญหา โดยใช้แบบประเมิน
4.2 มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม	1. การสัมมนา และอภิปรายกลุ่มย่อย	1. ประเมินพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม/อภิปรายปัญหา โดยใช้แบบประเมิน

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	4.2 วิธีการสอน	4.3 วิธีการประเมินผล
4.3 สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ	-	-
4.4 สามารถพัฒนาการเรียนรู้ของตนเองอย่างต่อเนื่อง	1. สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายในการทำกิจกรรมกลุ่ม 2. จัดการเรียนการสอนที่มีรูปแบบให้นักเรียนได้แสดงความคิดเห็นของตนเองและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น	1. ประเมินผลจากการสัมมนา กลุ่มย่อยและการนำเสนอในชั้นเรียน 2. ประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่ รายงาน โครงการ และการวิจัย

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องการพัฒนา	5.2 วิธีการสอน	5.3 วิธีการประเมินผล
5.1 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขเพื่อให้เข้าใจองค์ความรู้ หรือประเด็นปัญหา	1. มอบหมายงานให้จัดเตรียมข้อมูลเพื่อนำเสนอในชั้นเรียน	1. ประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่ งานสัมมนาและรายงานโครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ
5.2 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ฝึกการใช้ทักษะสื่อสารเพื่อนำเสนอการสัมมนา	1. ประเมินผลจากการสัมมนา การนำเสนอโครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ คุณภาพของรายงาน ที่แสดงถึงความสามารถในการสื่อสาร
5.3 สามารถใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล และเลือกใช้ได้เหมาะสมกับสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ฝึกการใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล และเลือกใช้ได้เหมาะสม	1. ประเมินจากคุณภาพจากรายงาน และการสัมมนาที่แสดงถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. ทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ (ไม่ประเมินผล)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	วันที่	เวลา	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	สอบบรรยาย	สอบปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	พ. 19 ส.ค. 63	08.30-10.30	บรรยาย -แนะนำการเรียนการสอนของ รายวิชา -แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาด เพื่อสังคมและความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการจัดการทาง การตลาด	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดิพร
2	พ. 26 ส.ค. 63	08.30-10.30	บรรยาย -กระบวนการวางแผนและ ดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 1) 1) การกำหนดปัญหาที่ ต้องการเปลี่ยนแปลง 2) การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางสังคม	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - งานวิจัยเรื่อง ผลของ โปรแกรมการส่งเสริม สุขภาพที่ประยุกต์ส่วนผสม การตลาดเชิงสังคมต่อ ความรู้เรื่องโรคไข้เลือดออก ของนักเรียน ชั้นประถม ศึกษาปีที่ 6 อ.องครักษ์ จ.นครนายก - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดิพร
3	พ. 2 ก.ย. 63	08.30-10.30	บรรยาย -กระบวนการวางแผนและ ดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 2) 3) การวางวัตถุประสงค์ ทางการตลาดเพื่อสังคม 4) การแบ่งส่วนตลาดและ คัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน -Active learning โดยวิธี Think-Pair-Share	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดิพร
4	พ. 9 ก.ย. 63	08.30-10.30	บรรยาย -กระบวนการวางแผนและ ดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อ	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดิพร

สัปดาห์ที่	วันที่	เวลา	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	สอบบรรยาย	สอบปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 3) 5) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6) การเสนอข้อได้เปรียบในแต่ละส่วนตลาด						แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน -จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ		
5	พ. 16 ก.ย. 63	08.30-10.30	บรรยาย -กระบวนการวางแผนและดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 4) 7) การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคม 8) การปฏิบัติตามแผนและการประเมินผล	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดิพร
6	พ. 16 ก.ย. 63	10.30-12.30	สัมมนา -นำเสนอกระบวนการวางแผนและดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ	-	-	2	-	-	-สัมมนาและอภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน -การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน -Active learning โดยวิธี Gallery Walk	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดิพร อ.สุนิสา
7	พ. 23 ก.ย. 63	08.30-10.30	บรรยาย -แนวคิดการสื่อสารการตลาด	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint Moodle Zoom	อ.สุนิสา
8	พ. 30 ก.ย. 63	08.30-10.30	สอบกลางภาค	-	-	-	2	-	- สอบทฤษฎี	-	อ.รัตนดิพร อ.สุนิสา
9	พ. 7 ต.ค. 63	08.30-10.30	บรรยาย -การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint Moodle Zoom	อ.สุนิสา
10	พ. 14 ต.ค. 63	08.30-10.30	บรรยาย -การจัดทำแผนการสื่อสาร	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดิพร

สัปดาห์ที่	วันที่	เวลา	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	สอบบรรยาย	สอบปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนรู้ สอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			การตลาดเพื่อสังคม						- การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	Moodle Zoom	
11	พ. 21 ต.ค. 63	08.30-10.30	บรรยาย -การวิเคราะห์เงื่อนไขทาง สังคมเพื่อก่อให้เกิดการตลาด เพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint Moodle Zoom	อ.สุนิสา
12	พ. 28 ต.ค. 63	08.30-10.30	บรรยาย -องค์ประกอบที่สำคัญสู่ ความสำเร็จของแผนงาน การตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint Moodle Zoom	อ.สุนิสา
13	พ. 4 พ.ย. 63	08.30-10.30	บรรยาย -การประเมินผลการใช้ หลักการตลาดเพื่อสังคมในการ สร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint	อ.รัตนดิพร
14	พ. 11 พ.ย. 63	08.30-10.30	บรรยาย -การประยุกต์การตลาดเพื่อ สังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint Moodle Zoom	อ.รัตนดิพร
15	พ. 11 พ.ย. 63	10.30-12.30	สัมมนา กรณีศึกษา: การประยุกต์ การตลาดเพื่อสังคมในการ สร้างเสริมสุขภาพ	-	-	2	-	-	-สัมมนาและอภิปราย ร่วมกันในชั้นเรียน - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	สื่อ PowerPoint Moodle Zoom	อ.สุนิสา อ.รัตนดิพร
16	พ. 18 พ.ย. 63	08.30-12.30	SDL: วางแผนดำเนินโครงการ การตลาดเพื่อสุขภาพ	-	4	-	-	-	-	-	อ.รัตนดิพร อ.สุนิสา
17	ศ. 20 พ.ย. 63	08.30-12.30	สัมมนา -นำเสนอโครงการ "การตลาด สังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ" ครั้งที่ 1	-	-	4	-	-	-สัมมนาและอภิปราย ร่วมกันในชั้นเรียน โครงการ "การตลาดสังคม เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ"	สื่อ PowerPoint	อ.พิมลพร อ.รัตนดิพร อ.สุนิสา

สัปดาห์ที่	วันที่	เวลา	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	สอบบรรยาย	สอบปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนรู้ สอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
19	พ. 9 ธ.ค. 63	08.30-10.30	สอบปลายภาค	-	-	-	2	-	- สอบทฤษฎี	-	อ.รัตนดิพร อ.สุนิสา

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม	ผลการเรียนรู้	วิธีการ	สัปดาห์	สัดส่วน (%)
1	1.1, 2.3, 3.2, 5.2	สอบกลางภาค	8	40
2	1.1, 2.3, 3.2, 5.2	สอบปลายภาค	19	40
3	1.1, (1.2), (2.2), 2.3, (2.4), (3.1), (3.2), 3.5, 4.1, 4.2, (4.4), (5.1), 5.2, 5.3	การนำเสนอโครงการ การตลาดสังคมเพื่อการสร้าง เสริมสุขภาวะ	17, 18	10
4	1.1, (1.2), (2.2), 2.3, (2.4), (3.1), (3.2), 3.5, 4.1, 4.2, (4.4), (5.1), 5.2, 5.3	รายงานกลุ่มโครงการ การตลาดสังคมเพื่อการสร้าง เสริมสุขภาวะ	18	10

การประเมินผลการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ :

มาตรฐานผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	ร้อยละ
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	1.สังเกตพฤติกรรมการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น โดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรม 2.บันทึกการขานชื่อ การเข้าห้องเรียน การเข้าห้อง สอบและการส่งงานตามที่ได้รับมอบหมายภายใน เวลาที่กำหนด 3.สังเกตพฤติกรรมการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น โดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรม	5
2. ด้านความรู้	1. การสอบภาคทฤษฎี 2. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนา และการ นำเสนอ โดยอาจารย์ 3. ประเมินจากรายงานผลการศึกษาดูงาน	60

3. ด้านทักษะทางปัญญา	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนาและการนำเสนอโดยอาจารย์	20
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินพฤติกรรมภาวะการณืเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี 2. ติดตามการทำงานร่วมกับสมาชิกกลุ่มของนิสิตเป็นระยะๆพร้อมบันทึกพฤติกรรมเป็นรายบุคคล/กลุ่ม 3. ประเมินจากคุณภาพของรายงานและแบบประเมินสัมมนา	10
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1. ประเมินความสามารถสื่อสารโดยและการนำเสนอหน้าชั้นเรียนโดยใช้แบบประเมิน	5

เกณฑ์การพิจารณาตัดเกรด :

1. ใช้การประเมินผลแบบอิงเกณฑ์ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับเกรด	ระดับคะแนน
80.0 – 100	A	4
75.0 – 79.9	B ⁺	3.5
70.0 – 74.9	B	3
65.0 – 69.9	C ⁺	2.5
60.0 – 64.9	C	2
55.0 – 59.9	D ⁺	1.5
50.0 – 54.9	D	1
0.0 – 49.9	E	0

2. นิสิตต้องได้คะแนนการสอบภาคทฤษฎีมากกว่าร้อยละ 50 และมีคะแนนภาคปฏิบัติมากกว่าร้อยละ 60 จึงจะถือว่าสอบผ่าน

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

1. Hong Cheng, Philip Kotler, Nancy R. Lee. Social Marketing for Public Health. Global trends and success stories. Jones and Bartlett Publishers. 2011.
2. พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. การตลาดเพื่อสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2547.
3. สมพล วันตะเมธ. 2550. การตลาดเพื่อสังคม: กลยุทธ์สำคัญเพื่อการพัฒนาประชากร. วารสารประชากรศาสตร์ ปีที่ 23 ฉบับที่ 1.
4. เทียนทิพย์ เคียรเมฆัน. 2558. กระบวนการการตลาดเพื่อสังคมในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ: กรณีศึกษาโครงการกิจกรรมบ้านปลอดบุหรี่ มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่. หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ประชากรศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2558.
5. สมิทธิ บุญชูติมา. การตลาดเชิงสังคม. ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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. รัตน์ดิพร โกสุวินทร์, ปะการัง ศรีมี, เกศริน แซ่เซียว, ปติญา อิศรางกูร ณ อยุธยา. ผลของโปรแกรมการส่งเสริมสุขภาพที่ประยุกต์ส่วนผสมการตลาดเชิงสังคมต่อความรู้เรื่องโรคไข้เลือดออกของนักเรียนชั้นประถม ศึกษาปีที่ 6 อ.องครักษ์ จ.นครนายก. งานวิจัยระดับปริญญาตรี. สาขาการส่งเสริมสุขภาพ. คณะกายภาพบำบัด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (ยังไม่ได้ตีพิมพ์). 2563.

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. ปรับปริมาณเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับจำนวนชั่วโมง
4. การทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา
 1. การทวนสอบจากการตรวจผลการประเมินการให้คะแนน/เกรดกับข้อสอบ และรายงาน โดยคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง
5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา
 1. ปรับปรุงรายวิชาทุกปีตามผลการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
 2. ปรับปรุงรายวิชาตามรอบการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี