

มคอ.3

รายละเอียดของรายวิชา สส334 การตลาดเพื่อสุขภาพ
 สาขาการส่งเสริมสุขภาพ
 คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 ภาคเรียนที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2564

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

สส334 การตลาดเพื่อสุขภาพ
 HPX334 Social Health Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

2(2-0-4)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (การส่งเสริมสุขภาพ)
 หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเฉพาะสาขา (สุศึกษาและการส่งเสริมสุขภาพ)

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ ดร. รัตน์ติพร โกสุรินทร์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 1
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิสรรา โสมทัศน์ อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 2

อาจารย์ผู้สอน

ลำดับที่	รายชื่อ	สังกัด
1.	อาจารย์ ดร. พิมพ์พร เขาวนไผ่จัน	สาขาการส่งเสริมสุขภาพ คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2.	อาจารย์ ดร. สุนิสา สงสัยเกตุ	สาขาการส่งเสริมสุขภาพ คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3.	อาจารย์ ดร. รัตน์ติพร โกสุรินทร์	สาขาการส่งเสริมสุขภาพ คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน :

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

1. คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. จัดการเรียนการสอนออนไลน์

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

11 มิถุนายน 2564

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นิสิตสามารถอธิบายความหมาย ความสำคัญ แนวคิดและปรัชญาทางการตลาดเพื่อสังคม วัตถุประสงค์และองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาด การสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผน การตัดสินใจทางการตลาด กระบวนการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ การประยุกต์การตลาดสังคมในงานส่งเสริมสุขภาพ โดยยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม มีทักษะทางปัญญา สามารถประยุกต์ความรู้ที่ได้รับและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม มีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ระหว่างบุคคลและ/หรือกลุ่มคน สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทผู้นำและผู้ตามในระบบสุขภาพทุกระดับและในสถานการณ์ที่หลากหลาย มีการใช้ทักษะการแปลงข้อมูลเป็นข่าวสารและการใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหอย่างสร้างสรรค์ในสถานการณ์ต่างๆ 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	อธิบายแนวคิดและองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาด สังคม หลักการการสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผนการตลาดตัดสินใจทางการตลาด กระบวนการตลาดสังคม เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ	PLO 1	การสอบภาคทฤษฎี
CLO2	ใช้หลักการ การสื่อสารทางการตลาดและกระบวนการตลาดสังคมในการออกแบบกิจกรรมหรือโครงการส่งเสริมสุขภาพ	PLO 3, 4, 11	การจัดโครงการตลาดเพื่อสุขภาพ

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

3. ความรับผิดชอบหลัก/ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม			2. ด้านความรู้				3. ด้านทักษะทางปัญญา					4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				6. ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ			
	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 การตลาดเพื่อสุขภาพ	●	○			○	●	○	○	○				●	●	●	○	○	○	●	●				

4. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล
2 ชั่วโมง/สัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	1.2 วิธีการสอน	1.3 วิธีการประเมินผล
1.1 มีความซื่อสัตย์ มีวินัย ตรงเวลา	1. กำหนดระเบียบการเข้าห้องสอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย	1. การเข้าห้องสอบและการส่งงาน ตรงตามกำหนดเวลา
1.2 มีจิตสาธารณะ เสียสละเพื่อ ส่วนรวม	1. ฝึกเขียนโครงการการตลาดเพื่อ สังคมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม	1. ประเมินจากการการนำเสนอ 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 รายงานโครงการ การตลาดเพื่อสุขภาพ 3. ประเมินความรู้จากการสัมมนา การนำเสนอโครงการการตลาดเพื่อ สุขภาพโดยใช้แบบประเมิน 4. ประเมินผลจากการสังเกตการ ตอบคำถามและการอภิปรายในชั้น เรียน
2.4 สามารถพัฒนาความรู้และทักษะ ปฏิบัติทางด้านการส่งเสริมสุขภาพ 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	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
				บรรยาย	ปฏิบัติ							
1	พ. 11 ส.ค. 64	08.30- 10.30	บรรยาย -แนะนำการเรียนการสอนของ รายวิชา -แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาด เพื่อสังคมและความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการจัดการทาง การตลาด	2	-	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	PowerPoint Moodle Zoom	อ.รัตนตีพร
2	พ. 18 ส.ค. 64	08.30- 10.30	บรรยาย -กระบวนการวางแผนและ ดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 1) 1) การกำหนดปัญหาที่ต้องการ เปลี่ยนแปลง 2) การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางสังคม	2	-	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - งานวิจัยระดับ ปริญญาตรี เรื่อง ผล ของโปรแกรมการ ส่งเสริมสุขภาพที่ ประยุกต์ส่วนผสม การตลาดเชิงสังคม ต่อความรู้เรื่องโรค ไข้เลือดออกของ นักเรียน ชั้นประถม ศึกษาปีที่ 6 อ. องครักษ์ จ. นครนายก - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	PowerPoint Moodle Zoom	อ.รัตนตีพร
3	ศ. 27 ส.ค. 64	13.30- 15.30	บรรยาย -กระบวนการวางแผนและ ดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อ	2	-	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ	PowerPoint Moodle Zoom	อ.รัตนตีพร

สัปดาห์ที่	วันที่	เวลา	หัวข้อ	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา	สอบบรรยาย	สอบปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 2) 3) การวางวัตถุประสงค์ ทางการตลาดเพื่อสังคม 4) การแบ่งส่วนตลาดและ คัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย						แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน -Active learning โดยวิธี Think-Pair- Share		
4	พ. 8 ก.ย. 64	08.30- 10.30	บรรยาย -กระบวนการวางแผนและ ดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 3) 5) การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค 6) การเสนอข้อได้เปรียบในแต่ ละส่วนตลาด	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	PowerPoint Moodle Zoom	อ.รัตนตีพร
5	พ. 15 ก.ย. 64	08.30- 10.30	สอบครั้งที่ 1	-	-	-	2	-	-สอบทฤษฎี		อ.รัตนตีพร อ.สุนิสา
6	พ. 22 ก.ย. 64	08.30- 10.30	บรรยาย -กระบวนการวางแผนและ ดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 4) 7) การกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาดเพื่อสังคม 8) การปฏิบัติตามแผนและการ ประเมินผล	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	PowerPoint Moodle Zoom	อ.รัตนตีพร
7	พ. 29 ก.ย. 64	08.30- 10.30	บรรยาย -แนวคิดการสื่อสารการตลาด	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint	PowerPoint Moodle Zoom	อ.สุนิสา
8	พ. 29 ก.ย. 64	10.30- 12.30	บรรยาย -การสื่อสารการตลาดกับ	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint	PowerPoint Moodle	อ.สุนิสา

สัปดาห์ที่	วันที่	เวลา	หัวข้อ	บรรยาย		ปฏิบัติ		สอบบรรยาย	สอบปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			พฤติกรรมผู้บริโภค								Zoom	
9	พ. 6 ต.ค. 64	08.30- 10.30	สัมมนา: นำเสนอโครงการ "การตลาดสังคมเพื่อการสร้าง เสริมสุขภาพ" ครั้งที่ 1	-	-	2	-	-		PowerPoint	อ.รัตนตีพร อ.พิมพ์พร อ.สุนิสา	
10	พ. 20 ต.ค. 64	08.30- 10.30	บรรยาย -การจัดทำแผนการสื่อสาร การตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint	PowerPoint Moodle Zoom	อ.รัตนตีพร	
11	พ. 27 ต.ค. 64	08.30- 10.30	สอบครั้งที่ 2	-	-	-	2	-	-สอบทฤษฎี		อ.รัตนตีพร อ.สุนิสา	
12	พ. 3 พ.ย. 64	08.30- 10.30	บรรยาย -การวิเคราะห์เงื่อนไขทาง สังคมเพื่อก่อให้เกิดการตลาด เพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	PowerPoint Moodle Zoom	อ.สุนิสา	
13	พ. 3 พ.ย. 64	10.30- 12.30	บรรยาย -องค์ประกอบที่สำคัญสู่ ความสำเร็จของแผนงาน การตลาดเพื่อสังคม	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	PowerPoint Moodle Zoom	อ.สุนิสา	
14	พ. 10 พ.ย. 64	08.30- 10.30	บรรยาย -การประเมินผลการใช้ หลักการตลาดเพื่อสังคมในการ สร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน	PowerPoint Moodle Zoom	อ.รัตนตีพร	
15	พ. 17 พ.ย. 64	08.30- 10.30	บรรยาย -การประยุกต์การตลาดเพื่อ สังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	2	-	-	-	-	- บรรยายประกอบ PowerPoint - การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในชั้นเรียน -จัดการเรียนการสอน เป็นภาษาอังกฤษ	PowerPoint Moodle Zoom	อ.รัตนตีพร	

สัปดาห์ที่	วันที่	เวลา	หัวข้อ	บรรยาย		ปฏิบัติ	สัมมนา	สอบบรรยาย		กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	ผู้สอน
16	พ. 17 พ.ย. 64	08.30- 10.30	สัมมนา: กรณีศึกษาการประยุกต์การตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพในบริษัทที่หลากหลาย	-	-	1	-	-	-	งานวิจัย	PowerPoint	อ.รัตนตีพร อ.สุนิสา
17	พ. 1 ธ.ค. 64	08.30- 10.30	สัมมนา: นำเสนอโครงการ "การตลาดสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ" ครั้งที่ 2	-	-	3	-	-	-			อ.พิมลพร อ.รัตนตีพร อ.สุนิสา
18	พ. 8 ธ.ค. 64	08.30- 10.30	สอบครั้งที่ 3	-	-	-	2	-	-	สอบทฤษฎี		อ.รัตนตีพร อ.สุนิสา

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม	ผลการเรียนรู้	วิธีการ	สัปดาห์	สัดส่วน (%)
1	1.1, 2.3, 3.2, 5.2	สอบทฤษฎี		
		1) สอบบรรยายครั้งที่ 1	5	25
		2) สอบบรรยายครั้งที่ 2	11	25
		3) สอบบรรยายครั้งที่ 3	18	30
2	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 เสริมสุขภาพ	17, 18	10
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	รายงานกลุ่ม โครงการ การตลาดสังคม เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ	18	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. ประเมินจากรายงานผลการศึกษาดูงาน	60
3. ด้านทักษะทางปัญญา	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินการสัมมนาและการนำเสนอโดย อาจารย์	20
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ	1. ประเมินโดยใช้แบบประเมินพฤติกรรมภาวะการณ่เป็นผู้นำ และผู้ตามที่ดี 2. ติดตามการทำงานร่วมกับสมาชิกกลุ่มของนิสิตเป็นระยะๆ พร้อมบันทึกพฤติกรรมเป็นรายบุคคล/กลุ่ม 3. ประเมินจากคุณภาพของรายงานและแบบประเมินสัมมนา	10
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	1. ประเมินความสามารถสื่อสารโดยและการนำเสนอหน้าชั้น เรียนโดยใช้แบบประเมิน	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 จึง จะถือว่าสอบผ่าน

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 สัมปตตะวนิช. การตลาดเพื่อสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2547.
3. สมพล วันตะเมธ. 2550. การตลาดเพื่อสังคม: กลยุทธ์สำคัญเพื่อการพัฒนาประชากร. วารสารประชากรศาสตร์ ปีที่ 23 ฉบับที่ 1.
4. เทียนทิพย์ เศียรเมธัน. 2558. กระบวนการการตลาดเพื่อสังคมในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ: กรณีศึกษาโครงการกิจกรรมบ้านปลอดบุหรี่ มุลินีธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่. หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ประชากรศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2558.
5. สมิทธิ์ บุญชุติมา. 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. รัตน์ติพร โกสุวินทร์, ปะการัง ศรีมี, สุนิสา สงสัยเกตุ, เกศริน แซ่เซียว, ปติญญา อิศรางกูร ณ อยุธยา. ผลของโปรแกรมการส่งเสริมสุขภาพที่ประยุกต์ส่วนผสมการตลาดเชิงสังคมต่อความรู้เรื่องโรคไข้เลือดออกของนักเรียน ชั้นประถม ศึกษาปีที่ 6 อ.องครักษ์ จ.นครนายก. งานวิจัยระดับปริญญาตรี. สาขาการส่งเสริมสุขภาพ. คณะกายภาพบำบัด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (ได้รับการตอบรับให้ตีพิมพ์ในวารสารควบคุมโรค ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2564).

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. เพิ่มตัวอย่างการดำเนินงานด้านการตลาดเพื่อสุขภาพในบริบทที่หลากหลาย โดยการอ่านงานวิจัย
 2. แบ่งการสอบภาคทฤษฎีออกเป็น 3 ครั้ง
4. การทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา
 1. การทวนสอบจากการตรวจผลการประเมินการให้คะแนน/เกรดกับข้อสอบ และรายงาน โดยคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง
5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา
 1. ปรับปรุงรายวิชาทุกปีตามผลการประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร
 2. ปรับปรุงรายวิชาตามรอบการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี