

**มคอ.3**

รายละเอียดของรายวิชา สส334 การตลาดเพื่อสุขภาวะ  
 หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ  
 คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
 ภาคเรียนที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2565

**หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป****1. รหัสและชื่อรายวิชา**

สส334           การตลาดเพื่อสุขภาวะ  
 HPX334        Social Health Marketing

**2. จำนวนหน่วยกิต**

2(2-0-4)

**3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา**

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (การส่งเสริมสุขภาพ)  
 หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพเฉพาะสาขา (สุขศึกษาและการส่งเสริมสุขภาพ)

**4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**

ชื่ออาจารย์	E.mail	ผู้รับผิดชอบรายวิชา
1. อาจารย์ ดร. รัตน์ดิพร โกสุรินทร์	rattiporn@g.swu.ac.th	อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 1
2. อาจารย์ ดร. สุนิสา ไกรนรา	sunisao@g.swu.ac.th	อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา คนที่ 2
3. อาจารย์ ดร. พิมลพร เขาวนัไวพจน์	pimonpor@g.swu.ac.th	อาจารย์ผู้สอน

**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**

27 มิถุนายน 2565

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

CLO	ELO	รายละเอียด	ระดับการเรียนรู้	การประเมิน
CLO1	1	อธิบายแนวคิดและองค์ประกอบของการจัดการทางการตลาดสังคม หลักการการสื่อสารทางการตลาด กระบวนการในการวางแผนการตัดสินใจทางการตลาด กระบวนการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ	Knowledge Comprehend	1.การสอบภาคทฤษฎี
CLO2	3, 4, 11	ใช้หลักการ การสื่อสารทางการตลาด และกระบวนการการตลาดสังคม ในการออกแบบกิจกรรมหรือโครงการส่งเสริมสุขภาพ	Applying	1.การประเมินการจัดโครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ

### 1. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 ปรับปรุงรายวิชาให้มีความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สพอว.) และเป็นปัจจุบันตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาวะสุขภาพและความก้าวหน้าทางวิชาชีพ

2.2 จัดให้สอดคล้องกับหลักสูตร วิทยาศาสตร์บัณฑิต (การส่งเสริมสุขภาพ) ฉบับปรับปรุง ปี พ.ศ.

2560

## 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. ด้าน คุณธรรม จริยธรรม			2. ด้านความรู้				3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และ ความรับผิดชอบต่อ				5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การ สื่อสาร และ การใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ			6. ทักษะ พิสัย		
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	
สส334 การตลาดเพื่อสุขภาพ	●	○			○	●	○	○	○				●	●	●		○	○	●	●		

## 4. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

4.1 จำนวน 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และอาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาในการให้คำปรึกษาในชั่วโมงแรกของการจัดการเรียนรู้

## หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

## 1. คุณธรรม จริยธรรม

คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
1.1 มีความซื่อสัตย์ มีวินัย ตรงเวลา	1. กำหนดระเบียบการเข้าห้องสอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย	1. การเข้าห้องสอบและการส่งงานตรงตามกำหนดเวลา
1.2 มีจิตสาธารณะ เสียสละเพื่อส่วนรวม	1. ฝึกเขียนโครงการการตลาดเพื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม	1. ประเมินจากการการนำเสนอโครงการการตลาดเพื่อสังคม
1.3 ตระหนักในคุณค่าของศิลปะและวัฒนธรรม	ไม่ประเมิน	ไม่ประเมิน

## 2. ความรู้

ความรู้ที่ต้องได้รับ	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
2.1 มีความรู้พื้นฐานศึกษาทั่วไป	ไม่ประเมิน	ไม่ประเมิน
2.2 มีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ด้านก ส่งเสริมสุขภาพ	1. จัดสัมมนาและอภิปรายกลุ่มย่อย	1. ประเมินความรู้จากการนำเสนอสัมมนา โดยใช้แบบประเมิน
2.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ สามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	1. การสอนบรรยาย 2. การเรียนรู้จากกรณีศึกษาสัมมนาและอภิปรายกลุ่ม	1. การสอบภาคทฤษฎี 2. การประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่ รายงานโครงการการตลาดเพื่อสุขภาพ

	3. การมอบหมายให้ทำรายงาน และดำเนินโครงการการตลาดเพื่อสุขภาวะ	3. ประเมินความรู้จากการนำเสนอโครงการการตลาดเพื่อสุขภาวะ โดยใช้แบบประเมิน 4. ประเมินจากการสังเกต การตอบคำถามและการอภิปรายในชั้นเรียน
2.4 สามารถพัฒนาความรู้และทักษะปฏิบัติทางด้านการส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งต่อยอดองค์ความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง	1. สัมมนาและอภิปรายกลุ่ม 2. มอบหมายให้ทำรายงานและจัดโครงการการตลาดเพื่อสุขภาวะ	1. ประเมินผลจากการสัมมนาและการนำเสนอโครงการการตลาดเพื่อสุขภาวะ 2. ประเมินผลจากการสังเกตการตอบคำถามและการอภิปรายในชั้นเรียน

### 3. ทักษะทางปัญญา

ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
3.1 สามารถประยุกต์ความรู้ให้เกิดประโยชน์	1. จัดกิจกรรมให้นักศึกษาฝึกค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง และนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการเรียน	1. สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการสะท้อนคิดกิจกรรมในชั้นเรียน 2. ประเมินจากคุณภาพของรายงานที่แสดงถึงการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติม
3.2 สามารถคิดอย่างเป็นระบบและแก้ไขปัญหาได้	1. จั ด กิ จ ก ร ร ม Active Learning โดย ฝึ ก วิ เค ร าะ ห์ ปัญหาและบูรณาการความรู้เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ	1. สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการสะท้อนคิดกิจกรรมในชั้นเรียน
3.3 สามารถประเมิน วิพากษ์ สถานการณ์ต่างๆ โดยใช้ความรู้ เป็นฐาน	ไม่ประเมิน	ไม่ประเมิน
3.4 เป็นผู้มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์นวัตกรรม	ไม่ประเมิน	ไม่ประเมิน
3.5 สามารถศึกษา ค้นคว้า และประเมินข้อมูลแนวคิด หรือหลักฐานใหม่ๆ จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย	1. จัดการเรียนการสอนโดยมอบหมายให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เช่น หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ งานวิจัย เว็บไซต์ เป็นต้น	1. ประเมินจากการอ้างอิงแหล่งข้อมูลอย่างถูกต้องตามหลักและจรรยาบรรณทางวิชาการ

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
4.1 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้ง ในฐานะผู้นำและผู้ร่วมงานได้	1.จัดให้มีการสัมมนาและอภิปรายกลุ่มย่อย	1. ประเมินพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม/อภิปรายปัญหา โดยใช้แบบประเมิน
4.2 มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม	1. จัดให้มีการสัมมนาและอภิปรายกลุ่มย่อย	1. ประเมินพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม/อภิปรายปัญหา โดยใช้แบบประเมิน
4.3 สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ	ไม่ประเมิน	ไม่ประเมิน
4.4 สามารถพัฒนาการเรียนรู้ของตนเองอย่างต่อเนื่อง	1. จัดให้มีการสัมมนาและอภิปรายกลุ่มย่อย	1. ประเมินพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม/อภิปรายปัญหา โดยใช้แบบประเมิน

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
5.1 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลข เพื่อให้เข้าใจองค์ความรู้ หรือประเด็นปัญหา	1. มอบหมายงานให้จัดเตรียมข้อมูลเพื่อนำเสนอในชั้นเรียน	1. ประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่ งานสัมมนาและรายงานโครงการการตลาดเพื่อสุภาพะ
5.2 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ฝึกการใช้ทักษะสื่อสารเพื่อนำเสนอการสัมมนา	1. ประเมินผลจากการสัมมนา การนำเสนอโครงการการตลาดเพื่อสุภาพะ และคุณภาพของรายงานที่แสดงถึงความสามารถในการสื่อสาร
5.3 สามารถใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล และเลือกใช้ได้เหมาะสมกับสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ฝึกการใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น เก็บรวบรวมข้อมูล และเลือกใช้ได้เหมาะสม	1. ประเมินจากคุณภาพจากรายงาน และการสัมมนาที่แสดงถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

## 6. ด้านทักษะพิสัย/สมรรถนะของหลักสูตร

ด้านทักษะพิสัย/สมรรถนะของหลักสูตรที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
6.1 มีทักษะการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การดูแลสุขภาพ หรือการฟื้นฟูสุขภาพแบบเป็นองค์ รวมโดยประยุกต์ศาสตร์และศิลป์ที่เกี่ยวข้อง	ไม่ประเมิน	ไม่ประเมิน

ข้อให้เหมาะสมกับนโยบาย สาธารณสุข สภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม		
6.2 มีทักษะในการบริหารจัดการ การงานสุขภาพ และการทำงานเป็นทีมร่วมกับทีมสหสาขาวิชาชีพ	ไม่ประเมิน	ไม่ประเมิน

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

ลำดับที่	วันที่	เวลา	บรรยาย	ปฏิบัติ	สัมมนา/เสริมบรรยาย	สัมมนาเสริมปฏิบัติ	ประเมินในชั้นเรียน	สอบบรรยาย	สอบปฏิบัติ	จำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการเตรียมความพร้อมก่อนและหลังการเรียนและเตรียมสอบและทำกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย	สัดส่วนอาจารย์ : จำนวนนิสิต	CLO	หัวข้อ	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	อาจารย์/พิเศษ
1	10 ส.ค. 65	08.30-10.30 น.	2								1:41	1	แนะนำรายวิชาและแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดเพื่อสังคม ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการทางการตลาด	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน พร้อมสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรมด้านความซื่อสัตย์และการมีวินัย 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2.ใบงาน 3. Power point	อ.ดร.รัตนดิพร
2	17 ส.ค. 65	08.30-10.30 น.	2								1:41	1	กระบวนการวางแผนและดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 1) 1) การกำหนดปัญหาที่ต้องการเปลี่ยนแปลง 2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคม	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2.ใบงาน 3. Power point 4. งานวิจัยระดับปริญญาตรี เรื่องผลของโปรแกรมการส่งเสริมสุขภาพที่ประยุกต์ส่วนผสมการตลาดเชิงสังคม	อ.ดร.รัตนดิพร

																ความรู้เรื่องโรคไข้เลือดออกของนักเรียนชั้นประถม ศึกษาศึกษาปีที่ 6 อ.อัครวิทย์ จ.นครนายก	
3	24 ส.ค. 65	08.30-10.30 น.	2								1:41	1	กระบวนการวางแผนและดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 2) 3) การวางวัตถุประสงค์ทางการตลาดเพื่อสังคม 4) การแบ่งส่วนตลาดและคัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2. Active learning โดยวิธี Think-Pair-Share	1. เอกสารประกอบการสอน 2.ใบงาน 3. Power point 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	อ.ดร.รัตนทิพร	
4	31 ส.ค. 65	08.30-10.30 น.	2								1:41	1	กระบวนการวางแผนและดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 3) 5) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6) การเสนอข้อได้เปรียบในแต่ละส่วนตลาด	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2.ใบงาน 3. Power point 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	อ.ดร.รัตนทิพร	
5	7 ก.ย. 65	08.30-10.30 น.	2								1:41	1	กระบวนการวางแผนและดำเนินงานการตลาดสังคมเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ (ครั้งที่ 4) 7) การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคม 8) การปฏิบัติตามแผนและการประเมินผล	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2.ใบงาน 3. Power point 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	อ.ดร.รัตนทิพร	
6	14 ก.ย. 65	08.30-10.30 น.									2		SDL: วางแผนการดำเนินงานในโครงการ "การตลาดสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ"				
7	21ก.ย. 65	08.30-10.30 น.							2		1:21	1	สอบครั้งที่ 1				อ.ดร.รัตนทิพร อ.ดร.ประกาธิ์
8	28 ก.ย. 65	08.30-10.30 น.	2								1:41	1	แนวคิดการสื่อสารการตลาด	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2. Power point	อ.ดร.สุนิสา	
9	5 ต.ค. 65	08.30-10.30 น.	2								1:41	1	การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2. Power point	อ.ดร.สุนิสา	



10	12 ต.ค. 65	08.30-10.30 น.			2				4	1:14	2	สัมมนา: นำเสนอแผนโครงการ "การตลาดสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ" ครั้งที่ 1	1.อภิปรายกลุ่ม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน		อ.ดร.พิมลพร อ.ดร.รัตนดิพร อ.ดร.สุนิสา
11	19 ต.ค. 65	08.30-10.30 น.	2							1:41	1	การจัดทำแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2. Power point	อ.ดร.รัตนดิพร
12	26 ต.ค. 65	08.30-10.30 น.	2							1:41	1	การวิเคราะห์เงื่อนไขทางสังคมเพื่อก่อให้เกิดการตลาดเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2. Power point	อ.ดร.สุนิสา
13	2 พ.ย. 65	08.30-10.30 น.					2		2	1:21	1	สอบครั้งที่ 2			อ.ดร.รัตนดิพร อ.ดร.สุนิสา
14	9 พ.ย. 65	08.30-10.30 น.	2							1:41	1	องค์ประกอบที่สำคัญสู่ความสำเร็จของแผนงานการตลาดเพื่อสังคม	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2. Power point	อ.ดร.สุนิสา
15	16 พ.ย. 65	08.30-10.30 น.	2							1:41	1	การประเมินผลการใช้หลักการตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	1.บรรยายเนื้อหาในชั้นเรียน 2.การถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน 2. Power point	อ.ดร.รัตนดิพร
16	23 พ.ย. 65	08.30-10.30 น.	2							1:41	1	การประยุกต์การตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพ	1.บรรยายเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษ	1. เอกสารประกอบการสอน 2. Power point	อ.ดร.รัตนดิพร
17	23 พ.ย. 65	10.30-11.30 น.			1				2	1:21	2	สัมมนา: กรณีศึกษาการประยุกต์การตลาดเพื่อสังคมในการสร้างเสริมสุขภาพในบริบทที่หลากหลาย	1.อภิปรายกลุ่ม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน		อ.ดร.รัตนดิพร อ.ดร.สุนิสา
18	30 พ.ย. 65	08.30-10.30 น.							2			SDL: ดำเนินโครงการ "การตลาดสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ"			

19	7 ธ.ค. 65	08.30-10.30 น.			3		/			4	1:14	2	สัมมนา: นำเสนอโครงการ "การตลาดสังคมเพื่อ การสร้างเสริมสุขภาพ" ครั้งที่ 2	1.อภิปรายกลุ่ม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วม กัน		อ.ดร.รัตนดิพร อ.ดร.พิมลพร อ.ดร.สุนิสา
20	14 ธ.ค. 65	08.30-10.30 น.						2		2	1:21	1	สอบครั้งที่ 3			อ.ดร.รัตนดิพร อ.ดร.สุนิสา
		รวม	24	0	6	0	0	6	0	20						

หมายเหตุ: คณาจารย์ให้การแนะนำ (Formative feedback) เพื่อการพัฒนาแก่นิสิตเป็นระยะระหว่างและภายหลังการฝึกปฏิบัติในชั้นเรียนและการสัมมนากรณีศึกษาทุกครั้ง

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม	ผลการเรียนรู้	วิธีการ	สัปดาห์	สัดส่วน	รวม	
1.	1.1, 2.3, 3.2, 5.2	สอบภาคทฤษฎี				80
		สอบครั้งที่ 1	7	30		
		สอบครั้งที่ 2	13	25		
2.	1.1, 2.3, 3.5, 4.1, 4.2, 5.2, 5.3	สอบครั้งที่ 3	20	25	10	
		การนำเสนอโครงการการตลาดสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ	10, 19	10		
3.	1.1, 2.3, 3.5, 4.1, 4.2, 5.2, 5.3	รายงานกลุ่มโครงการการตลาดสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ	19	10	10	

## การประเมินผลการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ :

มาตรฐานผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	ร้อยละ
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	- กำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรมของทุกรายวิชา - สังเกตพฤติกรรมความซื่อสัตย์และการตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียน มหาวิทยาลัยและข้อตกลงในชั้นเรียน เช่น การแต่งกาย	10
2. ด้านความรู้	- ประเมินผลจากการสังเกตการตอบคำถามและการอภิปรายในชั้นเรียน	40
3. ด้านทักษะทางปัญญา	- สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการสะท้อนคิดกิจกรรมในชั้นเรียน	30
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	- สังเกตพฤติกรรม ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการสะท้อนคิดกิจกรรมในชั้นเรียน	15

	- ประเมินจากคุณภาพของรายงาน ที่แสดงถึงความร่วมมือใน การวางแผน การปฏิบัติ และ การแก้ปัญหา	
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	- ประเมินจากคุณภาพของรายงาน ที่แสดงถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลข	5

### 3. รายละเอียดการประเมิน และเกณฑ์การพิจารณาตัดเกรด

เกณฑ์การพิจารณาตัดเกรด : อิงเกณฑ์

1. นิสิตต้องได้คะแนนการสอบภาคทฤษฎีไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 และภาคปฏิบัติไม่น้อยกว่าร้อยละ 60
2. เกณฑ์ระดับขั้นคะแนน

ระดับคะแนน	ระดับเกรด
100-80.0	A
79.9-75.0	B+
74.9-70.0	B
69.9-65.0	C+
64.9-60.0	C
59.9-55.0	D+
54.9-50.0	D
น้อยกว่า 44.9-0	E

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. ตำราและเอกสารหลัก

1.1 Hong Cheng, Philip Kotler, Nancy R. Lee. Social Marketing for Public Health. Global trends and success stories. Jones and Bartlett Publishers. 2011.

1.2 พรทิพย์ สัมปตตะวนิช. การตลาดเพื่อสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2547.

1.3 สมพล วันตะเมล์. 2550. การตลาดเพื่อสังคม: กลยุทธ์สำคัญเพื่อการพัฒนาประชากร. วารสารประชากรศาสตร์ ปีที่ 23 ฉบับที่ 1.

1.4 เทียนทิพย์ เสียรเมชัน. 2558. กระบวนการการตลาดเพื่อสังคมในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ: กรณีศึกษาโครงการกิจกรรมบ้านปลอดบุหรี่ มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาไม่สูบบุหรี่. หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ประชากรศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2558.

1.5 สมिति บัญชิตีมา. การตลาดเชิงสังคม. ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 Analysis and comment. 2006. Health education. What social marketing can do for you. BMJ. 332.

2.2 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.

2.3 รัตนติพร โกสุวรินทร์, ปะการัง ศรีมี, สุนิสา สงสัยเกตุ, เกศริน แซ่เซียว, ปติญา อิศรางกูร ณ อยุธยา. ผลของโปรแกรมการส่งเสริมสุขภาพที่ประยุกต์ส่วนผสมการตลาดเชิงสังคมต่อความรู้เรื่องโรคไข้เลือดออกของนักเรียน ชั้นประถม ศึกษาปีที่ 6 อ.องครักษ์ จ.นครนายก. งานวิจัยระดับปริญญาตรี. สาขาการส่งเสริมสุขภาพ. คณะกายภาพบำบัด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (ได้รับการตอบรับให้ตีพิมพ์ในวารสารควบคุมโรค ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2564).

2.4 เอกสารประกอบการสอน

## 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

-

### หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

#### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

1.1 ประเมินผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

#### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

2.1 สังเกตจากพฤติกรรมในชั้นเรียนระหว่างการสัมมนา และอภิปราย

2.2 ผลสัมฤทธิ์เชิงคุณภาพของงานที่มอบหมาย

2.3 ประเมินจากผลการเรียนของรายวิชา

2.4 ประเมินความสำเร็จของการบูรณาการงานด้านงานวิจัยการประยุกต์ส่วนผสมการตลาดเชิงสังคมต่อความรู้เรื่องโรคไข้เลือดออกของนักเรียนกับการเรียนการสอน

#### 3. การปรับปรุงการสอน

3.1 อาจารย์ผู้สอนยกตัวอย่างในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินงานการตลาดสังคมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3.2 เพิ่มแหล่งเรียนรู้ตัวอย่างการตลาดสังคม ที่ประสบความสำเร็จให้นิสิตศึกษาด้วยตนเอง

4. การทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา
  - 4.1 การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนการสอบ/สัมมนา และการให้คะแนนพฤติกรรมในชั้นเรียน
  - 4.2 ส่งข้อสอบให้อาจารย์ผู้ร่วมสอนได้พิจารณาความเหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของหัวข้อการสอน ก่อนการสอบทฤษฎี
  - 4.3 ส่งแบบประเมินการสัมมนาให้อาจารย์ผู้ร่วมสอนได้พิจารณาก่อนการสัมมนาเพื่อสร้างความเข้าใจ ในเกณฑ์การประเมินระหว่างอาจารย์ผู้ประเมิน
  - 4.4 มีการทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามการพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านของรายวิชา โดยนิสิตและอาจารย์ผู้สอน และการประเมินตนเองโดยนิสิตหลังเสร็จสิ้นการเรียนการสอน
  - 4.5 ตัดเกรดรายวิชาในที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อพิจารณาเห็นชอบ
5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา
  - 5.1 นำข้อคิดเห็นของนิสิตมาประมวล เพื่อปรับปรุงรูปแบบของการจัดการเรียนการสอน วิธีการสัมมนา และการค้นคว้าด้วยตนเอง โดยผลจากการประมวลจะนำไปปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนในปี การศึกษาต่อไป
  - 5.2 รวบรวมผลการประเมินการสอน การทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ กับข้อคิดเห็นของนิสิต เพื่อ พัฒนาเนื้อหาสาระให้ทันสมัย ปรับวิธีการเรียนการสอน และวิธีการประเมินผลให้ตรงกับผลการเรียนรู้ที่ คาดหวัง
  - 5.3 ปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะและผลการทบทวนสอบฯ
  - 5.4 ปรับปรุงรายวิชาตามรอบการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี