

การรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
 2512710 จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค (Marketing and Consumer Psychology)
2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้ (ถ้ามี)  
 ไม่มี
3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (section)  
 ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์ ตอนเรียน A1
4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา  
 สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560
5. สถานที่เรียน  
 ห้อง 11502

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวน ชั่วโมงตาม แผนการสอน	จำนวน ชั่วโมงที่ได้ สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจาก แผนการสอนหากมีความแตกต่าง เกิน 25%
1. เรื่อง ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการตลาดและ ผู้บริโภค (ครั้งที่ 1)	3	3	
2. เรื่อง ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการตลาดและ ผู้บริโภค (ครั้งที่ 2)	3	3	
3. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “แรงจูงใจ” กับการตลาด และผู้บริโภค (ครั้งที่ 1)	3	3	

4. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “แรงจูงใจ” กับการตลาด และผู้บริโภค (ครั้งที่ 2)	3	3	ตรงกับการจัดงาน “วันไหว้ครูของ หลักสูตรจิตวิทยาอุตสาหกรรมและ องค์การ” และได้ให้นักศึกษาสอน ชดเชยในครั้งต่อไป
5. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “การรับรู้” กับการตลาดและ ผู้บริโภค (ครั้งที่ 1)	3	3	
6. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “การรับรู้” กับการตลาดและ ผู้บริโภค (ครั้งที่ 2)	3	3	
7. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “การเรียนรู้” กับการตลาด และผู้บริโภค (ครั้งที่ 1)	3	3	
8. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “การเรียนรู้” กับการตลาด และผู้บริโภค (ครั้งที่ 2)	3	3	
9. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “บุคลิกภาพ” กับการตลาด และผู้บริโภค (ครั้งที่ 1)	3	3	
10. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “บุคลิกภาพ” กับการตลาด และผู้บริโภค (ครั้งที่ 2)	3	3	
11. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “บุคลิกภาพ” กับการตลาด และผู้บริโภค (ครั้งที่ 3)	3	3	

12. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “ทัศนคติ” กับการตลาดและ ผู้บริโภค (ครั้งที่ 1)	3	3	
13. เรื่อง การประยุกต์ใช้ ความรู้ทางจิตวิทยาด้าน “ทัศนคติ” กับการตลาดและ ผู้บริโภค (ครั้งที่ 2)	3	3	
14. กิจกรรมประกอบการ เรียนการสอน ครั้งที่ 1 : การนำเสนอผลงานจากการ สำรวจตลาด (รายกลุ่ม)	3	3	
15. กิจกรรมประกอบการ เรียนการสอน ครั้งที่ 2 : การประมวลความรู้ด้วยการ ปฏิบัติจริง กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 5”	3	3	
16. สอบปลายภาคเรียน	3	3	

## 2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตาม แผน (ถ้ามี)	นัยสำคัญของหัวข้อที่สอนไม่ ครอบคลุมตามแผน	แนวทางชดเชย
4. เรื่อง การประยุกต์ใช้ความรู้ ทางจิตวิทยาด้าน “แรงจูงใจ” กับการตลาดและผู้บริโภค (ครั้งที่ 2)	1. วันสอนตรงกับการจัดงาน “วัน ไหว้ครูของหลักสูตรจิตวิทยา อุตสาหกรรมและองค์การ” และได้ นัดนักศึกษาสอนชดเชยในครั้งต่อไป	สอนชดเชย

## 3. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุในรายละเอียด ประสิทธิผลรายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
คุณธรรม จริยธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม</li> <li>การทำงานเป็นทีม</li> <li>- แบ่งกลุ่มกำหนดและฝึกทักษะการแสดงออกตามบทบาทที่กำหนด</li> <li>- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับนักจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ</li> </ul>	✓		
ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา</li> <li>- การมอบหมายให้ศึกษาค้นคว้าแบ่งกลุ่มศึกษา ระดมสมองอภิปราย ประชุมกลุ่ม</li> <li>- กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติและบรรยายประกอบโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ</li> </ul>	✓		
ทักษะทาง ปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมาย</li> </ul>	✓		
ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา</li> </ul>	✓		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาความเป็นผู้นำและการทำงานเป็นทีม</li> <li>- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคลอื่นและผู้เรียนด้วยกัน</li> <li>- จัดกิจกรรมกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา</li> <li>- มอบหมายงานรายบุคคลและรายกลุ่ม</li> <li>- นำเสนอรายงาน</li> </ul>			
ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง</li> <li>- นำเสนอโดยใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม</li> </ul>	✓		

#### 4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ไม่มี

#### หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

##### 1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน

77 คน

##### 2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

(จำนวนนักศึกษาที่สอบผ่านในรายวิชานี้)

มีนักศึกษา ผ่านการประเมินจำนวน 77 คน

##### 3. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

-

## 4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
A	12	15.58
B+	27	35.06
B	28	36.36
C+	3	3.89
C	3	3.89
D+	2	2.59
D	2	2.59
F	-	-
ไม่สมบูรณ์ (I)	-	-
ไม่สอบปลายภาค(M)	-	-
ผ่าน (P,S)	-	-
ตก (U)	-	-
ถอน (W)	-	-

## 5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)

ไม่มี

## 6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

## 6.1 ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดเวลาการประเมิน

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
-	-

## 6.2 ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
-	-

## 7. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
- ใช้การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของ น.ศ. โดยอาจารย์ท่านอื่นที่อยู่ภายในหรือภายนอกหลักสูตรหรือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	คะแนนที่ได้มีความเหมาะสม

- มีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบ ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีและเกณฑ์ในการ ให้คะแนน และการให้คะแนนพฤติกรรม	ผลการประเมินถูกต้อง
---	---------------------

#### หมวดที่ 4 ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ

##### 1. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัญหาในการใช้แหล่งทรัพยากรประกอบการ เรียนการสอน (ถ้ามี)	ผลกระทบ
-	-

##### 2. ประเด็นด้านการบริหารและองค์กร

ปัญหาด้านการบริหารและองค์กร (ถ้ามี)	ผลกระทบต่อผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
ไม่มี	-

#### หมวดที่ 5 การประเมินรายวิชา

##### 1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา (แบบเอกสาร)

###### 1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิภาพอาจารย์ผู้สอน ทางมหาวิทยาลัยได้มีการประเมินผลแบบออนไลน์ซึ่งอยู่ใน  
ชั้นดำเนินการ

###### 1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อผลการประเมินตามข้อ 1.1

อยู่ในระหว่างการดำเนินการของมหาวิทยาลัย

##### 2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

###### 2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

- ประเมินจากรายงานและผลงานที่มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้า

###### 2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อผลการประเมินตามข้อ 2.1

ผู้สอนควรเพิ่มเติมให้นักศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับการเขียนงานทางวิชาการรวมถึงเรื่องลิขสิทธิ์ทาง  
ปัญญา

## หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

1. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงาน/รายวิชาครั้งที่  
ผ่านมา

แผนการปรับปรุงที่เสนอในภาคการศึกษา/ ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
ให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการศึกษาและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม	มีการสนับสนุนให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลจาก แหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย

## 2. การดำเนินการอื่นๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

ให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้าโดยสื่อและเทคโนโลยีในการศึกษาค้นคว้า

## 3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

ข้อเสนอ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ
- ให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้า เกี่ยวกับสินค้าทางการตลาดใน ประเด็นของ การโฆษณา ส่วน แบ่งทางการตลาด - จัดกิจกรรมตลาดนักจิตวิทยา เป็นครั้งที่ 6 โดยมีลักษณะการ จัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี	ภาคการศึกษาที่ 1/2561	อาจารย์ผู้สอนรายวิชานี้

## 4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ไม่มี

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา .....ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศรพวงศ์.....  
ลงชื่อ.....วันที่รายงาน.....21 ธันวาคม 2560.....

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร:ผศ.ดร.สฤณี ศรีโยธิน ประธานหลักสูตรจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ  
ลงชื่อ.....วันที่รายงาน.....