

**รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)**

**รหัสวิชา** MUS 3803 **รายวิชา** การจัดการธุรกิจดนตรี

**สาขาวิชา** ดนตรี **คณะ/วิทยาลัย** ศิลปกรรมศาสตร์ **มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**

**ภาคการศึกษา** 2 **ปีการศึกษา** 2565

**หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป**

**๑. รหัสและชื่อรายวิชา**

รหัสวิชา MUS 3803

ชื่อรายวิชาภาษาไทย การจัดการธุรกิจดนตรี

ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ (Music Business)

**๒. จำนวนหน่วยกิต**  3(3-0-6) หน่วยกิต

**๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา**

๓.๑ หลักสูตร ศิลปศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาดนตรี

๓.๒ ประเภทของรายวิชา …...............................................................

**๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุทธกร สริกขกานนท์

๔.๒ อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุทธกร สริกขกานนท์

**๕. สถานที่ติดต่อ** สาขาวิชาดนตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ **/ E – Mail** .........................................

**๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน**

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ .....2 /..2565...... / ชั้นปีที่ 3

๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ.......30...........คน

**๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)** (ถ้ามี)…...............................................................

**๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)** (ถ้ามี)…...............................................................

**๙. สถานที่เรียน** ห้องเรียนสาขาวิชาดนตรี 58507

**๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง**  วันที่....22.....เดือน...กรกฎาคม....................พ.ศ. ..2565......

**รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด**

**หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์**

**๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา**

การศึกษาวิชาการตลาดด้านดนตรีมีจุดมุ่งหมายให้ผู้เรียนมีความรู้ เข้าใจหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดด้านดนตรี การสำรวจและการวิจัยเพื่อสร้างแผนการตลาดด้านดนตรี แผนกลยุทธ์ แผนการต่อรอง และแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตระหนักความสำคัญของกระบวนการวางแผนการตลาดเพื่อสร้างสัดส่วนทางการตลาดด้านดนตรี และสามารถใช้แนวคิดการบริหารจัดการทางการตลาดวิเคราะห์สถานการณ์ตลาด และนำเครื่องมือทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้อย่างเข้าใจเหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมาย

**๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา**

เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการเรียนรู้ ให้ผู้เรียนสามารถใช้ฐานความรู้ทางการบริหารการตลาดไปวิเคราะห์ให้สอดคล้อง เหมาะสม และทันสมัยกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดในยุคปัจจุบัน

**หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ**

**๑. คำอธิบายรายวิชา**

การสำรวจและการวิจัยเพื่อสร้างแผนการตลาดด้านดนตรี แผนกลยุทธ์ แผนการต่อรอง และแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างสัดส่วนทางการตลาดด้านดนตรี

**๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา (**ระบุเป็นจำนวนชั่วโมงต่อภาคเรียน)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **บรรยาย**  **(ชั่วโมง)** | **สอนเสริม**  **(ชั่วโมง)** | **การฝึกปฏิบัติ/งาน**  **ภาคสนาม/การฝึกงาน (ชั่วโมง)** | **การศึกษาด้วยตนเอง**  **(ชั่วโมง)** |
| 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ | - | - | 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |

**๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล**

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น *๑ ชั่วโมง / สัปดาห์*)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้อง ...50507...... ชั้น ...5.... อาคาร ..ดนตรี.......... คณะ/วิทยาลัย

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ...........................................................................................

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ..................................................................................................

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line)...........................................................................

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard)...................................................................................

**หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา**

**๑. คุณธรรม จริยธรรม**

**๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา**

- การสร้างความมีวินัย ใฝ่รู้ ใฝ่เรียนและมีความตรงต่อเวลาในการเข้าเรียน

- การสร้างให้มีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมาย และมีความซื่อสัตย์ในการสอบ

- การพัฒนาให้ผู้เรียนมีความยุติธรรม ซื่อสัตย์ สุจริตต่อวิชาชีพ

**๑.๒ วิธีการสอน**

- ให้คำแนะนำเกี่ยวกับ หลักเกณฑ์การเข้าห้องเรียนตรงเวลาและเข้าเรียนอย่างสม่ำเสมอ

- มอบหมายให้รับผิดชอบในการทำกิจกรรมร่วมกันภายในชั้นเรียน

- ส่งเสริมให้เห็นคุณค่าต่อวิชาชีพ ทั้งความยุติธรรม ซื่อสัตย์ สุจริตต่อวิชาชีพ

**๑.๓ วิธีการประเมินผล**

- ประเมินทั้งการตรงต่อเวลา และความสม่ำเสมอพฤติกรรมการเข้าชั้นเรียนของนักศึกษา

- ประเมินจากพฤติกรรมความรับผิดชอบและการส่งงานที่ได้รับมอบหมายในชั้นเรียน

- ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ

**๒. ความรู้**

**๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา**

-มีความรู้ เข้าใจหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดด้านดนตรี

-มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการวางแผนการตลาดด้านดนตรี แผนกลยุทธ์ แผนการต่อรอง และแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์

-ตระหนักความสำคัญของกระบวนการวางแผนการตลาดเพื่อสร้างสัดส่วนทางการตลาดด้านดนตรี

-สามารถใช้แนวคิดการบริหารจัดการทางการตลาดวิเคราะห์สถานการณ์ตลาด และนำเครื่องมือทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้อย่างเข้าใจเหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมาย

**๒.๒ วิธีการสอน**

มีการใช้วิธีการสอนหลากหลายวิธีภายใต้แนวคิดการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ดังนี้

- การบรรยายร่วมกับการอภิปราย ถาม-ตอบ ในชั้นเรียน

- การยกตัวอย่างกรณีศึกษา ฝึกให้เกิดการคิด วิเคราะห์

- การทำงานกลุ่มและการนำเสนอรายงาน โดยอาศัยการสืบค้นทางอินเทอร์เนตค้นคว้าหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้วยฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อนำเสนอในชั้นเรียน

**๒.๓ วิธีการประเมินผล**

- ประเมินจากการมีส่วนร่วมอภิปรายในชั้นเรียน

- ประเมินจากการคิดวิเคราะห์กรณีศึกษา และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

- ประเมินจากผลงานการสืบค้น รายงานกลุ่ม และการนำเสนอด้วยวาจาหน้าชั้นเรียน

- ประเมินจากการสอบกลางภาค สอบปลายภาค

**๓. ทักษะทางปัญญา**

**๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

- มีทักษะทางปัญญาในการคิดวิเคราะห์ ทักษะการแก้ปัญหาทางธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่ง สามารถใช้หลักการแนวคิดของการบริหารการตลาดมาร่วมวิเคราะห์ คิดสร้างโอกาสทางการตลาดภายใต้สถานการณ์จริง

**๓.๒ วิธีการสอน**

- บรรยายและอภิปรายกรณีศึกษาร่วมกันในชั้นเรียน

- ฝึกให้วิเคราะห์ปัญหาจากกรณีศึกษาที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว โดยให้ไปค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ รวมการค้นคว้าจากสื่อทางธุรกิจ นิตยสารและฐานข้อมูลออนไลน์

**๓.๓ วิธีการประเมินผล**

- ทดสอบโดยข้อเขียน และสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน

- ตรวจรายงาน การนำเสนอรายงานและการมีส่วนร่วมวิพากษ์กรณีศึกษา

**๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- มีทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนและภายในกลุ่มด้วยกัน

- รับผิดชอบในการเรียนรู้ด้วยตนเอง

- รับผิดชอบทำงานที่มอบหมายให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา

- แสดงความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม

**๔.๒ วิธีการสอน**

- มอบหมายงานให้ค้นคว้าและศึกษาจากสื่อออนไลน์

- มอบหมายงานกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษาการตลาดด้านดนตรี

- จัดกลุ่มร่วมกันอภิปรายการตลาดด้านดนตรีในชั้นเรียน

**๔.๓ วิธีการประเมินผล**

- ประเมินโดยการตรวจรายงานผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่นำเสนอ

- ประเมินจากพฤติกรรมการอภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน

- สังเกตพฤติกรรมภายในชั้นเรียนการตลาดด้านดนตรี เช่น การถาม-ตอบคำถาม

**๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

- มีทักษะเชิงตัวเลข ในการคิดคำนวนการจัดทำงบประมาณตามแผนการตลาด

- มีทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การเขียน โดยการเขียนรายงานและนำเสนอและการถามตอบในชั้นเรียน

- ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์ การจัดทำสื่อนำเสนองานด้วยรูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น power point, clip VDO

**๕.๒ วิธีการสอน**

- การบรรยายร่วมกับการอภิปราย ถาม-ตอบ ในชั้นเรียนการตลาดด้านดนตรี

- การยกตัวอย่างกรณีศึกษาการตลาดด้านดนตรี ฝึกให้เกิดการคิด วิเคราะห์

- การทำงานกลุ่มและการนำเสนอรายงาน โดยอาศัยการสืบค้นทางอินเทอร์เนตค้นคว้าหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้วยฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อนำเสนอในชั้นเรียน

**๕.๓ วิธีการประเมินผล**

- ประเมินโดยการตรวจการคิดคำนวนการจัดทำงบประมาณตามแผนการตลาด

- ประเมินจากพฤติกรรมการสื่อสารด้วยการเขียนรายงาน การนำเสนอและอภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน

- ประเมินจากผลงานการสืบค้นและสื่อนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม

**หมายเหตุ**

สัญลักษณ์● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ 🞅 หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฎอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

**หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล**

1. **แผนการสอน**

| **สัปดาห์ที่** | **หัวข้อ/รายละเอียด** | **จำนวน(ชม.)** | **กิจกรรมการเรียน**  **การสอน/สื่อที่ใช้** | **ผู้สอน** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ๑ | การชี้แจงรายวิชาและการจัดทำรายงานของนักศึกษา | 3 | -บรรยาย ถาม-ตอบ  -สื่อแนวการสอน | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๒ | ความหมายการตลาด  ความหมายของการตลาดด้านดนตรี | 3 | -บรรยาย ถาม-ตอบ  -นศ. เสนอหัวข้อรายงาน | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๓ | ระบบตลาดอย่างง่าย  ความสำคัญของตลาดดนตรี | 3 | -วิเคราะห์กรณีศึกษา  -บรรยายสรุป ถาม-ตอบ  -สื่อกรณีศึกษา | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๔ | การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างสัดส่วนทางการตลาด  ผู้บริโภคทางการตลาดดนตรี | 3 | -นศ.ฝึกคิดวิเคราะห์ STP  -สื่อ power point | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๕ | การวิจัยตลาดดนตรี | 3 | -บรรยาย ถาม-ตอบ  -สื่อ power point  -บทความวิจัย | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๖ | ส่วนประสมทางการตลาด  กรณีศึกษา ธุรกิจบริการบอกรัก | 3 | -วิเคราะห์กรณีศึกษา  -สื่อกรณีศึกษา | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๗ | การสร้างสัดส่วนทางการตลาด  การวิเคราะห์โอกาสและปัญหาต่าง ๆ ทางการตลาดด้านดนตรี | 3 | -อภิปรายร่วมกัน  -สื่อธุรกิจจริง | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๘ | **สอบกลางภาค** |  |  |  |
| ๙ | การวางแผนกลยุทธ์การตลาดดนตรี | 3 | -บรรยาย  -สื่อ power point  -ตัวอย่างแผนการตลาด | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๑๐ | แผนการตลาดด้านดนตรี | 3 | -บรรยาย -อภิปรายกลุ่ม  -สื่อ power point | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๑๑ | แผนกลยุทธ์ | 3 | -บรรยาย -อภิปรายกลุ่ม  -สื่อ power point | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๑๒ | แผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ | 3 | -บรรยาย -อภิปรายกลุ่ม  -สื่อ power point | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๑๓ | แผนการเจรจาต่อรอง | 3 | -บรรยาย -บทบาทสมมติ  -สื่อ power point | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๑๔ | การนำเสนอรายงานกลุ่ม | 3 | -นศ.นำเสนอและอภิปรายรายงานกลุ่มประกอบสื่อ | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |
| ๑๕ | สอบปลายภาค | 3 | แบบทดสอบปลายภาค | ผศ.ยุทธกร สริกขกานนท์ |

**๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้**

( *ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา*

*(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตร สัปดาห์ที่ประเมิน และสัดส่วนของการประเมิน)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ผลการเรียนรู้** | **วีธีการประเมินผลการเรียนรู้** | **สัปดาห์ที่ประเมิน** | **สัดส่วน**  **ของการประเมินผล** |
|  | การเข้าชั้นเรียน | 1-15 | 10 % |
|  | กิจกรรมที่มอบหมาย | 4,5 และ 14 | 20 % |
|  | กรณีศึกษา | 3 และ 6 | 20 % |
|  | สอบกลางภาค | 8 | 20 % |
|  | สอบปลายภาค | 15 | 30 % |

**หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน**

**๑. ตำราและเอกสารหลัก**

มีนา ชวลิต . (มปป.). **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฎสวนสุนันทา

**๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ**

เอกสารประกอบการเรียนของอาจารย์ผู้สอน

ธนวรรรณ แสงสุวรรณ,ผศ.ดร.และคณะ(ผู้แปล) แต่งโดย ค็อตเลอร์,ฟิลลิป. (2546). **การจัดการการตลาด.** กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า ISBN 974-88312-7-2

ฉัตยาพร เสมอใจ. (254?). **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น

**๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ**

บทความ นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ internet และการใช้เครื่องมือการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทความวิจัยและสถานการณ์การตลาดด้านดนตรี ตลอดจนข่าวความเคลื่อนไหวทางธุรกิจทั้งเอกสารและสื่อออนไลน์ รายชื่อเว็บไซต์สำหรับค้นคว้าเพิ่มเติม

http:// www.gotomamager.com http://www.thaistudy.chula.ac.th

http:// en.wikipedia.org http:// www.marketingthai.or.th

ข้อแนะนำสำหรับการเรียน

- นักศึกษาควรเข้าเรียนสม่ำเสมอ โดยมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 จึงมีสิทธ์เข้าสอบปลายภาค ควรจัดเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมภายในชั้นเรียนและทำงานส่งให้ครบถ้วน

- หากนักศึกษาขาดเรียนควรติดตามบทเรียนกับเพื่อน ๆ

- หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับบทเรียนควรถามผู้สอนประจำวิชาเพิ่ม (อาจารย์เกศสิรี ปั้นธุระ)

**หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา**

**๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา**

กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาให้ผู้เรียนประเมินประสิทธิผลของรายวิชาการตลาดด้านดนตรีโดยนักศึกษาโดยใช้แบบประเมินผลคุณภาพการสอนรายวิชาของอาจารย์ผู้สอน ในแต่ละด้าน อาทิ วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้และผลการเรียนรู้ที่ได้รับพร้อมข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงจากฝ่ายวิชาการ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน**

*(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)*

การประเมินการสอนได้ทำควบคู่ทั้งการประเมินเชิงปริมาณเป็นค่าคะแนนกิจกรรมและคะแนนสอบ พร้อมทั้งทำการประเมินเชิงคุณภาพโดยการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียนการตลาดด้านดนตรีแล้วเสริมเป็นคะแนนจิตพิสัยของผู้เรียน

**๓. การปรับปรุงการสอน**

*(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง*

*การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น***)**

สาขาวิชากำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิภาพของรายวิชาการตลาดด้านดนตรี นอกจากนี้ สนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนเข้ารับการฝึกอบรมกลยุทธ์การสอนหรือการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของคณะ และมีการประชุมอาจารย์ในสาขาวิชาเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของผู้เรียนและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

**๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา**

*(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น*

*ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับ*

*มาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)*

อาจารย์ผู้สอนมีการทานสอบคะแนนผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนทุกคน ในรายวิชาการตลาดด้านดนตรีเพื่อให้เกิดความถูกต้อง ส่งคะแนนตามกำหนดเวลาในปฏิทินทางวิชาการ ต่อมานำการประเมินผลผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเข้าทวนสอบโดยการประชุมของคณะหรือคณะกรรมการวิชาการประจำคณะ ที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริหารก่อนประกาศผลสอบ

**๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

*(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)*

สาขาวิชามีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชาการตลาดด้านดนตรี โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยผู้เรียน ผลการประเมินโดยที่ประชุมของคณะหรือคณะกรรมการที่คณะแต่งตั้ง เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการในสอนในภาคการศึกษาต่อไป

**\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\***

**แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)**

**ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **รายวิชา** | **คุณธรรม จริยธรรม** | | | | | | | **ความรู้** | | | | | **ทักษะทางปัญญา** | | | **ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ** | | | **ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ** | | | | **ทักษะด้านอื่น ๆ** |
| ● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |
| **หมวดวิชา............** | ๑ | ๒ | ๓ | ๔ | ๕ | ๖ | ๗ | ๑ | ๒ | ๓ | ๔ | ๕ | ๑ | ๒ | ๓ | ๑ | ๒ | ๓ | ๑ | ๒ | ๓ | ๔ |  |
| **รหัสวิชา** MUS 3803  **ชื่อรายวิชา**  การตลาดด้านดนตรี Music Marketing | ● |  |  |  |  |  |  | ● |  |  |  |  | ● |  |  |  |  | ● | ● |  |  |  | ● |

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ