



มคอ. 3 รายละเอียดของรายวิชา

Course Specification

0106323 การตลาดบริการสารสนเทศ

MARKETING IN INFORMATION SERVICES

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

หลักสูตรใหม่/หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2565

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

## สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	2
หมวดที่ 3	ลักษณะและการดำเนินการ	2
หมวดที่ 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนิสิต	3
หมวดที่ 5	แผนการสอนและการประเมินผล	5
หมวดที่ 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	9
หมวดที่ 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	10

## รายละเอียดของรายวิชา

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. 0106323 การตลาดบริการสารสนเทศ  
MARKETING IN INFORMATION SERVICES

3 (3-0-6)

บูรพวิชา : ไม่มี

ควบคู่ : ไม่มี

ทฤษฎี หลักการและความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลสำหรับสถาบันสารสนเทศ การใช้เทคโนโลยีกับการตลาด การสร้างแบรนด์สำหรับสถาบันสารสนเทศและกรณีศึกษา

### 2. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- ศึกษาทั่วไป
- วิชาเฉพาะ
- วิชาพื้นฐานเฉพาะด้าน (ถ้ามี)
- วิชาเอก
- วิชาเอกบังคับ
- วิชาเอกเลือก
- วิชาโท
- วิชาประสบการณ์เชิงปฏิบัติ (ถ้ามี)

### 3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา      ผศ.ดร.ก้องกิตากร บุญช่วย

อาจารย์ผู้สอนรายวิชา              ผศ.ดร.ก้องกิตากร บุญช่วย

### 5. ภาคการศึกษา/ ชั้นปีที่เรียน

ภาคต้น / ชั้นปีที่ 3

## 6. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

## 7. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

21 มิถุนายน 2567

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อให้บัณฑิตมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและแนวคิดการตลาดดิจิทัล
- 1.2 เพื่อให้วิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลสำหรับสถาบันสารสนเทศได้จริง

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนาของรายวิชา

เนื้อหาที่สอดคล้องสถานการณ์ปัจจุบัน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในโครงสร้างหลักสูตร หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ หลักสูตรใหม่/หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2565

## หมวดที่ 3 ลักษณะการดำเนินการ

### 1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/การฝึกงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	ไม่มี	ไม่มี	90 ชั่วโมง

คำชี้แจงภาคการศึกษาคิดเป็นไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

### 2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่ และช่องทางในการให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

ไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เป็นรายบุคคลหรือกลุ่มบุคคลตามความต้องการ และสามารถติดต่อขอ  
คำปรึกษาได้ทาง e-mail และ facebook ของอาจารย์ผู้สอน โดยให้นิสิตสามารถติดต่อนัดหมายได้ตามความ  
เหมาะสม

## หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนิสิต

### 1. แผนที่การกระจายความรับผิดชอบ

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม					2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข สื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3	5.4
0105342 การสื่อสารการตลาด		●		○		○	●		○		●	○	○	○	●	○		●		○	

(นำข้อมูลจาก ข้อ 3 หมวดที่ 4 ในเล่ม มคอ.2)

ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
<b>1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม</b>		
● 1.2 มีวินัยตรงต่อเวลา และรับผิดชอบในการเข้าห้องเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมาย	1. ผู้สอนได้สอดแทรกเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมในการเข้าเรียนและส่งงานแต่ละครั้ง	1. ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นในงานที่ได้รับมอบหมายและการสอบ
○ 1.4 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าของศักดิ์ศรีของเพื่อนร่วมชั้นเรียน	2. สร้างวินัยความรับผิดชอบต่อตนเอง ด้วยการเข้าชั้นเรียนให้ตรงต่อเวลา และส่งงานให้ตรงกับระยะเวลาที่กำหนด โดยจัดทำข้อตกลงร่วมกับนิสิตในเรื่องการลงโทษต่อการกระทำผิด เช่น การขาดเรียน การไม่ส่งงาน เป็นต้น 3. ใช้การอบรมพร้อมแนะนำให้คำปรึกษา เกี่ยวกับจริยธรรม การเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นในชั้นเรียน	2. ประเมินจากการตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย และการเข้าร่วมกิจกรรมของนิสิต 3. สังเกตจากพฤติกรรม การแสดงความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
<b>2. ด้านความรู้</b>		

ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
○ 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจใน ความหมาย แนวคิด หลักการ และแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร การตลาด	1. อาจารย์ผู้สอนบรรยายหลักการ ความหมาย แนวคิด ของการสื่อสาร การตลาดประเภทต่างๆ โดยเน้นการ เรียนการสอนที่ยึดการมีส่วนร่วมของ ผู้เรียน	1.ประเมินผลจากการทดสอบย่อย และปลายภาคเรียน 2. ประเมินจากรายงานโครงการที่ ได้รับมอบหมาย
● 2.2 สามารถวิเคราะห์และ ประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับการ สื่อสารทางการตลาดกับ สถานการณ์ปัจจุบันได้อย่าง เหมาะสม	2. ศึกษากรณีศึกษาจากสถานการณ์ จริงเพื่อให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์ และ ประยุกต์ ความรู้ เกี่ยว กับทาง การตลาดได้ โดยชุมชนเป็นฐาน (Community Based) จากโจทย์ที่ กำหนดร่วมกัน	3. ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ในการเข้า ร่วมกิจกรรมจากโจทย์ของหน่วยงาน จริง จากโจทย์ที่กำหนดร่วมกัน
○ 2.4 สามารถนำความรู้ด้าน การสื่อสารการตลาดมา ประยุกต์ใช้ในวิชาชีพนิเทศ ศาสตร์ได้	3.จัดให้มีกิจกรรม หรือแบบฝึก ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสื่อสาร การตลาดจากโจทย์ของหน่วยงาน จริง โดย ชุม ชน เป็น ฐา น (Community Based) จากโจทย์ที่ กำหนดร่วมกัน	
<b>3. ด้านทักษะทางปัญญา</b>		
● 3.2 มีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด และสามารถนำมาแก้ไขกับ สถานการณ์จริงได้	1.อาจารย์ผู้สอนบรรยายพร้อมทั้ง ยกตัวอย่างกรณีศึกษาต่างๆ ให้ ผู้เรียนเห็นความเชื่อมโยงจากทฤษฎี ไปสู่การปฏิบัติงานจริง 2.จัดให้มีกิจกรรม หรือแบบฝึก ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการตลาดจาก โจทย์ของหน่วยงานจริง โดยชุมชน เป็นฐาน (Community Based) จาก โจทย์ที่กำหนดร่วมกัน	1. ประเมินผลจากการร่วมแสดง ความคิดเห็นในชั้นเรียน 2.ประเมินจากการทดสอบย่อย และสอบ ปลายภาค
<b>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b>		
○ 4.1 สามารถประสานงานกับ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล และ		1.สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออก ของนิสิตในห้องเรียน

ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
ผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1.จัดการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	2. ประเมินจากความรับผิดชอบในงานและผลงานที่ได้รับมอบหมาย
● 4.2 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งงานรายบุคคลและงานกลุ่ม	2. สอดแทรกความรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อและมนุษยสัมพันธ์	
○ 4.3 สามารถปรับตัวเพื่อทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่ม		
<b>5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b>		
● 5.1 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการสื่อสารการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ส่งเสริมให้ผู้เรียนค้นคว้าจากเอกสาร วิเคราะห์สถานการณ์จริงและการเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อนำมาวิเคราะห์ในกระบวนการวางแผนสื่อสารการตลาด	1.ประเมินจากทักษะการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ และการวางแผนสื่อสารการตลาดทั้งในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน
○ 5.3 สามารถนำเสนอแผนสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพทั้งแบบปากเปล่าและการเขียน	2. ให้นิสิตได้มีโอกาสนำเสนอผลงานทั้งการเขียนรายงานและนำเสนอปากเปล่า	2. ประเมินผลจากความสมบูรณ์ของข้อมูลงานที่มอบหมาย

### หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

#### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
1-2	แนะนำรายวิชา การจัดการเรียนการสอนตลอดจนการวัดผลและประเมินผล  ความหมายและความสำคัญของการตลาด	6	-	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเค้าโครงการสอน	ผศ.ดร.ก้องกิตติดากร



สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				2.อาจารย์แนะนำ และเปิดโอกาสให้ นิสิตแสดงความ ความคิดเห็น 3.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ <b>สื่อการสอน</b> 1.เค้าโครงการสอน 2.เอกสาร ประกอบการสอน 3.PowerPoint	
3	ทฤษฎี หลักการและความสำคัญของกล ยุทธ์การตลาด	3	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกหัด <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	ผศ.ดร.ก้องกิ ตากร
4-5	ทฤษฎี หลักการและความสำคัญของกล ยุทธ์การตลาด	6	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.ฝึกปฏิบัติจริงจาก การลงภาคสนาม การเข้าร่วมกิจกรรม <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน	ผศ.ดร.ก้องกิ ตากร

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				2.PowerPoint	
6	การประชาสัมพันธ์	3	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกหัด <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	ผศ.ดร.ก้องกิต ดากร
7	การประชาสัมพันธ์	3	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกหัด <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.แบบฝึกหัดการ อภิปราย 3.PowerPoint	ผศ.ดร.ก้องกิต ดากร
8	การประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลสำหรับ สถาบันสารสนเทศ	3	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกหัดลงพื้นที่ ในห้างสรรพสินค้า เพื่อเก็บข้อมูล <b>สื่อการสอน</b>	ผศ.ดร.ก้องกิต ดากร

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	
9	<b>สอบกลางภาค</b>				
10	การประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลสำหรับ สถาบันสารสนเทศ	3	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกหัด <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	ผศ.ดร.ก้องกิต ตากร
11	การประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลสำหรับ สถาบันสารสนเทศ	3	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกหัด <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	ผศ.ดร.ก้องกิต ตากร
13	การใช้เทคโนโลยีกับการตลาด	3	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง 2.แบบฝึกหัด <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	ผศ.ดร.ก้องกิต ตากร

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
13	การสร้างแบรนด์สำหรับสถาบัน สารสนเทศและกรณีศึกษา	3	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกหัด  <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	ผศ.ดร.ก้องกิต ตากร
14	การสร้างแบรนด์สำหรับสถาบัน สารสนเทศและกรณีศึกษา	3	-	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกหัด  <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	ผศ.ดร.ก้องกิต ตากร
15	นำเสนอโครงการการตลาด	-	3	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ  <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	ผศ.ดร.ก้องกิต ตากร
16	นำเสนอโครงการการตลาด	-	3	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1. การนำเสนอ ผลงาน “แผนการ สื่อสารการตลาด”	ผศ.ดร.ก้องกิต ตากร

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				โดยเน้นการเป็น ผู้ประกอบการ สื่อการสอน 1.การฟังการนำเสนอ และให้ข้อเสนอแนะ	
17	สอบปลายภาค				
18					
รวม		45	-		

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ลำดับ	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน/ลักษณะการ ประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
1	2.1,2.2,3.2	สอบปลายภาค	17	30
2	2.1,4.1,4.2,5.1,1.4,2,.1,2.4,3.2, 4.3,5.3	งานเดี่ยวและงานกลุ่ม	4-16	60
3	1.2,1.4,4.2,4.3	การสังเกตการณ์และประเมินจาก พฤติกรรมภายในห้องเรียน	ทุกสัปดาห์	10
รวม				100 %

โดยประเมินผลและเกณฑ์การตัดเกรดแบบอิงเกณฑ์และให้ระดับขั้นดังนี้

ร้อยละ 80 ขึ้นไป	A
ร้อยละ 75 – 79	B+
ร้อยละ 70 – 74	B
ร้อยละ 65 – 69	C+
ร้อยละ 60 – 64	C
ร้อยละ 55 – 59	D+
ร้อยละ 50 – 54	D
น้อยกว่าร้อยละ 50	F (ไม่ผ่านเกณฑ์)

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. ตำรา เอกสารหลัก และข้อมูลสำคัญ

เสริมศักดิ์ ชุนพล. (2559). เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 01053431 การสื่อสารการตลาด. สงขลา :  
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ.

### 2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

นชกฤต วันตะเมธ. (2555). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2548). กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5 .กรุงเทพฯ : แบรินด์เอจบุ๊กส์.

สิทธิ์ อีรสรณ์. (2551). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิตยสาร BrandAge และนิตยสาร Marketeer

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนิสิต

1.1 ให้นิสิตทุกคนประเมินผลรายวิชาผ่านระบบทะเบียนออนไลน์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ของ  
มหาวิทยาลัย

1.2 สอบถามความคิดเห็นจากนิสิตในสัปดาห์สุดท้ายของการเรียนการสอน

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

2.1 การสังเกตการณ์เรียนในชั้นเรียน

2.2 การอภิปรายแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน

2.3 การทำรายงานและกิจกรรมโดยชุมชนเป็นฐาน (Community Based)

2.4 ผลการสอบ

### 3. การปรับปรุงการสอน

3.1 อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงวิธีการสอน โดยมีการนำผลสรุปการประเมินการสอนมา  
พัฒนาการจัดการเรียนการสอนในภาคการศึกษาปัจจุบัน

3.2 แล้วจัดทำแฟ้มสะสมงานรายวิชาและรายงานผลการดำเนินการตามรายละเอียดที่ สกอ.กำหนด  
ทุกภาคการศึกษา

3.3 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับอาจารย์ที่ทำการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เพื่อ  
หาหรือถึงแนวทางในการพัฒนาการเรียนรู้ของนิสิตต่อไป

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิตในรายวิชา

4.1 ประชุมกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษาเพื่อทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิตในรายวิชา โดยประเมินคุณภาพของข้อสอบและความเหมาะสมของการให้คะแนน ตลอดจนพิจารณาระดับคะแนนในรายวิชา

4.2 ให้นิสิตตรวจสอบคะแนนและเกรดก่อนส่งเกรดให้งานทะเบียน

#### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

นำข้อมูลจากผลการสอบ คะแนนเก็บ มาวิเคราะห์ร่วมกับผลข้อมูลการประเมินการสอนผ่านระบบทะเบียนออนไลน์ เพื่อทวนสอบผลสัมฤทธิ์รายวิชา และวางแผนการปรับปรุงการสอนเพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้นต่อไป