



หลักสูตรได้รับการตรวจสอบ Pre Audit
จาก สป.อว. เมื่อวันที่ 11 ธ.ค. 2567

หลักสูตร
สภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อนุมัติ
เมื่อวันที่ 7 พ.ค. 2567

หลักสูตร
สภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อนุมัติ
เมื่อวันที่ 25 มี.ค. 2567

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คำนำ

การศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือระดับปริญญาตรี เป็นทางเลือกเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะทางวิชาการและวิชาชีพ ผู้เรียนจึงให้ความสำคัญกับการเลือกเรียนในสิ่งที่ตรงกับความต้องการและความรู้ความสามารถ สอดคล้องกับความถนัด ความสนใจ ส่งเสริมโอกาสในการประกอบอาชีพและสร้างรายได้ให้กับตนเอง รูปแบบการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลให้ทัศนคติและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อความรู้และทักษะที่คาดหวังเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน ดังนั้น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงมุ่งหวังที่จะพัฒนาหลักสูตรฯ ให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านทฤษฎีและปฏิบัติ โดยมุ่งหวังให้บัณฑิตของหลักสูตรฯ มีทักษะ ความรู้ความสามารถตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน หรือนำไปเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพในอนาคต

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 เป็นหลักสูตรที่ผู้เกี่ยวข้องทุกท่านได้พิจารณาปรับปรุงและแก้ไขร่วมกัน เพื่อให้ได้หลักสูตรที่เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้ที่ทันสมัย มีทักษะการทำงานที่หลากหลาย สามารถรับมือกับการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ได้บัณฑิตที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและผู้ใช้บัณฑิตต่อไป หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 มีจำนวนหน่วยกิตรวม 122 หน่วยกิต แบ่งเป็นหมวดวิชาศึกษาทั่วไป 24 หน่วยกิต หมวดวิชาเฉพาะ 92 หน่วยกิต และหมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข-ค
รายละเอียดหลักสูตร	
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	3
หมวดที่ 3 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต	27
หมวดที่ 4 การจัดการกระบวนการเรียนรู้	45
หมวดที่ 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตร คณาจารย์และที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	47
หมวดที่ 6 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาแผนการรับนักศึกษา และงบประมาณ	58
หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา	60
หมวดที่ 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร	59
หมวดที่ 9 ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร	65
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี	69
ภาคผนวก ข - คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	76
- คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน	99
- แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ระดับรายวิชา (CLOs) กับ ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLO)	121
ภาคผนวก ค ประวัติ ผลงานทางวิชาการ และผลงานวิจัยของอาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร	154
ภาคผนวก ง คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตร/ คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร	162

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
ภาคผนวก จ	ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศต่าง ๆ	164
ภาคผนวก ฉ	โครงสร้างเปรียบเทียบหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	185
	กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	
ภาคผนวก ช	ตารางเปรียบเทียบวิชาที่สามารถเรียนแทนกันได้	191
	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	
ภาคผนวก ซ	ข้อมูลการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียประกอบการจัดทำ PLO	194

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ/ภาควิชา

คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็มภาษาไทย : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

อักษรย่อภาษาไทย : บธ.บ. (การตลาด)

ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อภาษาอังกฤษ : B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก / วิชาโท (ถ้ามี)

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

เรียนไม่น้อยกว่า 122 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

5.2 ประเภทของหลักสูตร

หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

5.3 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

5.4 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างชาติที่มีความรู้ และสามารถใช้ภาษาไทยได้ดีทั้งการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน

5.5 ความร่วมมือกับองค์กรภายนอก

เป็นหลักสูตรเฉพาะของสถาบัน ที่จัดการเรียนการสอนโดยตรง

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

เปิดการเรียนการสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2568

โดยสภาวิชาการเห็นชอบในการนำเสนอหลักสูตรต่อสภาวิชาการ ในคราวประชุม ครั้งที่ 7/2567 เมื่อวันที่ 25 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2567

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ได้อนุมัติ ในคราวประชุม ครั้งที่ 5/2567 เมื่อวันที่ 7 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐาน ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ในปีการศึกษา 2570

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา ประกอบด้วย

1. นักการตลาดดิจิทัล
2. นักวิจัยการตลาด
3. นักวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
4. นักวิจัยตลาด นักวิเคราะห์ตลาด
5. นักจัดกิจกรรมทางการตลาด
6. นักสื่อสารเนื้อหาทางการตลาด
7. นักประชาสัมพันธ์
8. นักวิชาการด้านการตลาด
9. นักโฆษณา
10. นักขาย
11. นักพัฒนาผลิตภัณฑ์
12. เจ้าของธุรกิจ

หมวดที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และทักษะการตลาดสมัยใหม่ สามารถนำไปปฏิบัติจริงและมีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าและสามารถเป็นผู้นำที่มีความรับผิดชอบ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ อย่างมั่นคงและยั่งยืน

1.2 ความสำคัญของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของ นักศึกษา ชุมชน ธุรกิจ และการประกอบอาชีพเกี่ยวกับการตลาดในยุคปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญต่อพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม หลักสูตรมุ่งเน้นในการผลิตบัณฑิตที่มีพื้นฐานการศึกษาครอบคลุม หลักการ แนวคิดด้าน บริหารธุรกิจ และแนวปฏิบัติทางการตลาด ที่เน้นแนวคิดการตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จริยธรรม สามารถ ใช้เทคโนโลยีสนับสนุนงานการตลาดและการแก้ไขปัญหาให้แก่ธุรกิจ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการ ปฏิบัติงาน การดำรงชีวิต การอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคม หลักสูตรให้ความสำคัญกับผู้สำเร็จการศึกษาที่มีความ พร้อมต่อการเข้าสู่การประกอบอาชีพ เพื่อเตรียมบัณฑิตที่สามารถปรับตัวเข้ากับแนวโน้มที่เกิดขึ้นใหม่และ เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในด้านการบริหารธุรกิจและการตลาด ที่สนองความต้องการของตลาดแรงงาน และ สอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรวมทั้งปลูกฝังมุมมองระดับโลกในด้านการตลาดที่เป็น โอกาสในการประกอบอาชีพและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ ที่มีความรู้ ความเข้าใจในแนวคิดและทฤษฎี ด้านการตลาดและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถเชื่อมโยงความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อการวางแผน วิเคราะห์ ตัดสินใจและปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย
2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะและประสบการณ์ด้านการตลาดอย่างเพียงพอสำหรับการ ปฏิบัติงานด้วยเจตคติที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม และพัฒนาตนเองให้มีความรับผิดชอบต่อชุมชนในท้องถิ่น
3. เพื่อให้บัณฑิตมีความรู้และความสามารถนำศาสตร์ด้านการตลาดไปใช้ได้อย่างมีคุณภาพ และมีความเป็นมืออาชีพ

2. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จัดให้มีการประชุมผู้มีส่วนได้เสียต่อหลักสูตรเพื่อ สร้างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร โดยผู้มีส่วนได้เสียต่อหลักสูตรประกอบด้วย ผู้ใช้บัณฑิตและบัณฑิต

ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญและ/หรือมีประสบการณ์ทำงานทางด้านการตลาด นักศึกษา และ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ได้ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ดังนี้

PLO1 มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการบริหารจัดการและปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์

PLO2 สามารถวิเคราะห์และประเมิน สภาพตลาดปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน โดยปรับให้เข้ากับภูมิทัศน์ทางการตลาด สามารถจัดทำแผนการตลาด การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางการตลาด

PLO3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดแนวคิด กลยุทธ์การตลาด และแคมเปญทางการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลาย ไปยังผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

PLO4 มีบุคลิกภาพที่ดี มีทักษะด้านการสื่อสาร และความสามารถในการทำงานเป็นทีม และพัฒนาตนเองภายใต้ความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม มีแนวคิดด้านการตลาดที่มีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

POL5 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล ใช้เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ วัดผลของการใช้เครื่องมือทางการตลาด จัดทำรายงานและนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานการตลาดได้อย่างเหมาะสม

3. แนวคิดการออกแบบหลักสูตร

การออกแบบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด ได้พิจารณาปัจจัยภายนอกเพื่อให้หลักสูตรมีความเกี่ยวข้องและตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรม และเตรียมนักศึกษาให้พร้อมสำหรับการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วดังนี้

3.1 สถานการณ์ภายนอกหรือความต้องการกำลังคนของประเทศหรือนานาชาติ

การเกิดขึ้นเทคโนโลยีใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ และการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ทำให้เกิดผลกระทบต่อแนวทางปฏิบัติทางการตลาด จึงต้องเน้นด้านทักษะการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และการบูรณาการเทคโนโลยีในกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและความชอบของผู้บริโภคออนไลน์ การใช้โซเชียลมีเดีย ความต้องการประสบการณ์ส่วนบุคคล ความแตกต่างระหว่างบุคคล กฎระเบียบด้านความเป็นส่วนตัว ผลกระทบของกฎระเบียบด้านความเป็นส่วนตัวต่อหลักปฏิบัติทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับการปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น การคำนึงถึงความสำคัญที่เพิ่มขึ้นในแนวทางปฏิบัติทางการตลาดที่มีจริยธรรมและความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด ความต้องการของตลาดงานปัจจุบันต้องการทักษะและความสามารถที่นายจ้างแสวงหาในตำแหน่งการตลาดระดับเริ่มต้น เน้นด้านทักษะ Hard skills และ Soft skills ทักษะด้านการสร้างสรรค์งานการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งความเป็นโลกาภิวัตน์ของตลาดและความต้องการของนักการตลาดในการทำความเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงของ

ตลาดระหว่างประเทศ และกลยุทธ์การตลาดระดับโลก รวมทั้งทักษะที่ต้องการในอนาคตที่ถูกขับเคลื่อนโดยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม บริบททางสังคมและวัฒนธรรม มีความหลากหลายมากขึ้น ผู้บริโภคมีความต้องการและพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามวัฒนธรรม หลักสูตรจึงให้ความสำคัญกับความเข้าใจความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อที่นักการตลาดจะสามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองความต้องการและสร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืนและสนับสนุนธุรกิจที่แสดงออกถึงแนวปฏิบัติเพื่อสร้างความยั่งยืนมากขึ้น อิทธิพลของโซเชียลมีเดียทำให้ผู้บริโภคใช้เวลาส่วนใหญ่ในการรับชมเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญสำหรับธุรกิจต่าง ๆ เนื่องจากผู้บริโภคใช้โซเชียลมีเดียเพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ มากขึ้น โซเชียลมีเดียจึงมีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ และการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า แนวโน้มกฎหมายในด้านการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และส่งผลกระทบต่อธุรกิจและการตลาดเป็นอย่างมาก การเรียนรู้กฎหมายใหม่ ๆ เพื่อที่นักการตลาดจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและไม่ขัดต่อกฎหมายหรือกฎระเบียบต่าง ๆ เช่น กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection Act) รวมถึงกฎระเบียบด้านการโฆษณา สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เศรษฐกิจโลกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตลาดระดับโลกมีการเชื่อมโยงถึงกัน และเกี่ยวข้องกับการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดภายในประเทศ

3.2 การวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการผลิตบัณฑิต

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้นำข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากผู้ใช้บัณฑิตพบว่า ทางหน่วยงานต้องการให้นักศึกษามีการพัฒนาในด้านความคิดสร้างสรรค์ รอบรู้เก่งด้านเทคโนโลยี การตลาดดิจิทัล สามารถเรียนรู้และศึกษาดูงานจากสถานประกอบการ มีทักษะในการแก้ปัญหา มีการวางแผนการทำงานที่เป็นระบบ มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย มีความอดทนต่อสถานการณ์ต่าง ๆ มีความซื่อสัตย์ และตรงต่อเวลา และเมื่อจบการศึกษา อยากให้บัณฑิต เก่งงาน เก่งคน เก่งตน เก่งคิด เก่งเปลี่ยนแปลง เก่งการใช้ชีวิต

3.3 การออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับสถานการณ์ภายนอกหรือความต้องการกำลังคนของประเทศหรือนานาชาติและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการผลิตบัณฑิต

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด ได้ออกแบบโดยคำนึงถึงภูมิทัศน์ภายนอกและตามความต้องการที่ชัดเจนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสาขาการตลาดที่มีการพัฒนาตลอดเวลา กระบวนการออกแบบเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรม การเปลี่ยนแปลงของตลาด และเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่อย่างละเอียด เพื่อให้แน่ใจว่าหลักสูตรจะสามารถผลิตบัณฑิตสาขาการตลาดที่ประกอบวิชาชีพด้านการตลาดในหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ได้ ด้วยความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม ธุรกิจ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด โครงสร้างหลักสูตรจึงระบุความสามารถหลักและทักษะที่ผู้สำเร็จการศึกษาควรได้รับ เช่น ด้าน

การตลาดเชิงกลยุทธ์ ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัล วิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม และการรับรู้ในระดับโลก หลักสูตรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เกี่ยวกับความยั่งยืน เพื่อที่นักการตลาดจะสามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่คำนึงถึงประเด็นความยั่งยืน โครงสร้างหลักสูตรออกแบบให้เกิดการพัฒนาที่ก้าวหน้า โดยสร้างความรู้พื้นฐานในช่วงปีแรก และก้าวไปสู่ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง การประยุกต์ใช้ และการเรียนรู้จากประสบการณ์ในปีต่อ ๆ ไป มีการบูรณาการประเด็นสำคัญ เช่น กลยุทธ์การตลาด การตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมผู้บริโภค และจริยธรรม ในหลักสูตร มีวิชาเลือกทำให้เกิดความยืดหยุ่นแก่นักศึกษาที่สามารถปรับแต่งการศึกษาตามความสนใจและเป้าหมายทางอาชีพได้ มีการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ชัดเจนและวัดผลได้สำหรับแต่ละรายวิชาและหลักสูตรโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบันและอนาคตของการตลาด ตามแนวโน้มของอุตสาหกรรมและข้อมูลที่ได้รับจากนายจ้าง มีการพัฒนาเนื้อหาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจและการตลาด รวมถึงกรณีศึกษา โครงการ และตัวอย่างการดำเนินงานธุรกิจจริงเพื่อลดช่องว่างระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติ มีการบูรณาการเทคโนโลยีในการตลาดยุคใหม่ เนื่องจากเทคโนโลยีมีบทบาทในการตลาด โดยให้ความสำคัญหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในหลักสูตรเพิ่มมากขึ้น มีการเน้นความสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีจริยธรรม โดยมีเนื้อหาด้านข้อพิพาทด้าน ประเด็นขัดแย้งทางจริยธรรมในด้านการตลาดสอดแทรกในรายวิชาต่าง ๆ มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เน้นการฝึกทักษะแก่นักศึกษาในแต่ละชั้นปี การเชิญวิทยากรรับเชิญและผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมมาแบ่งปันข้อมูลเชิงลึก ประสบการณ์ และแนวโน้มล่าสุดในด้านการตลาด มีรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษาในการมีส่วนร่วมด้วยธุรกิจผ่านประสบการณ์การทำงาน หรือโครงการของธุรกิจ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ได้ลงมือปฏิบัติจริงและเพิ่มการจ้างงาน หลักสูตรใช้วิธีการประเมินที่หลากหลาย เช่น การสอบ การจัดโครงการด้านการตลาด การนำเสนองานและการมอบหมายงานภาคปฏิบัติ การประเมินการออกแบบที่จำลองสถานการณ์การตลาดในโลกแห่งความเป็นจริง เช่น การพัฒนาแผนการตลาด การจัดทำกรวิจยตลาด หรือการสร้างแคมเปญการตลาดดิจิทัล เพื่อให้การประเมินทักษะและความรู้ของนักศึกษาเป็นไปอย่างครอบคลุม

4.การพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

4.1 ด้านความรู้

4.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาที่ศึกษา
- 2) บูรณาการศาสตร์ทางการตลาดและธุรกิจสู่การปฏิบัติจริง
- 3) สามารถวิเคราะห์และจำแนกข้อเท็จจริง ตามแนวคิด หลักการและทฤษฎีในเนื้อหาวิชาการตลาดและสาขาวิชาที่ศึกษา และสามารถเรียนรู้จากแหล่งต่างๆ จากการเปลี่ยนแปลงความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด

4.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) การบรรยาย สอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในทุกรายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะมุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในทฤษฎีทางการตลาด
- 2) การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง และเรียนรู้จากประสบการณ์จากผู้ประกอบการด้านการตลาด
- 3) การลงมือปฏิบัติจริง และการใช้กิจกรรมเป็นฐาน

4.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) การทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน การทดสอบย่อย การทำกรณีศึกษา การสอบกลางภาค และปลายภาคเรียน
- 2) รายงานผลการศึกษาค้นคว้า การวิจัย และการทำโครงการ
- 3) จัดทำชิ้นงานหรือรายงานทางวิชาการ
- 4) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

4.2 ด้านทักษะ

4.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะ

- 1) สามารถแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ใช้แหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ มีความทันสมัย เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ประเมินสถานการณ์และสรุปข้อค้นพบที่เกี่ยวข้องได้

- 2) วิเคราะห์ ตีความข้อมูล สังเคราะห์ข้อมูลและหลักฐานอย่างมีเหตุผลและรอบคอบ และนำเสนอข้อมูลได้อย่างสอดคล้องกันในการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ

- 3) สามารถระบุปัญหาหรือความท้าทายทางการตลาด แก้ไขปัญหาด้านการตลาดเพื่อเป็นผู้ประกอบการ หรือนักการตลาด โดยเลือกแนวคิด ทฤษฎี อย่างสร้างสรรค์และเลือกเครื่องมือที่นำมาใช้อย่างเหมาะสม

- 4) สามารถสร้างสรรค์ความคิดสำหรับแคมเปญการตลาด การออกแบบสื่อการตลาดที่ดึงดูดความสนใจ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สื่อสารความหมายของตราสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล รวมทั้งเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การจัดทำรายงาน การนำเสนอด้วยการพูด การเขียนและการใช้สื่อที่ถูกต้องเหมาะสม และแบ่งปันข้อมูลกับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อทำงานร่วมกันได้

4.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะ

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตัดสินใจ คิดอย่างมีวิจารณญาณ
- 2) มอบหมายการจัดทำกรณีศึกษาธุรกิจที่เผชิญกับปัญหาด้านการตลาด และให้นักศึกษาระบุที่มาปัญหา พร้อมทั้งแนวทางแก้ไข
- 3) มอบหมายการศึกษากลยุทธ์ของธุรกิจที่เป็นคู่แข่งกันในอุตสาหกรรมเดียวกัน และให้เปรียบเทียบแนวคิดหรือทฤษฎีด้านการตลาดที่ใช้ในการแข่งขัน
- 4) ให้นักศึกษานำเสนอกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนของตัวแบบการสื่อสารตลาด
- 5) มอบหมายโจทย์ธุรกิจเพื่อให้นักศึกษาสร้างแผนการตลาด
- 6) ศึกษาสถานการณ์การตลาด เพื่อจัดทำโครงการวิจัยด้านการตลาด
- 7) การฝึกใช้เครื่องมือต่าง ๆ สำหรับการตลาดดิจิทัล และโปรแกรมสำเร็จรูปที่จำเป็นในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

4.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะ

- 1) การวัดตามสภาพจริง โดยใช้เครื่องมือวัด เช่น แบบทดสอบ แบบประเมินผลงาน แบบสอบถาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบกิจกรรม
- 2) การประเมินโครงการ รายงาน แผนต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษา
- 3) การนำเครื่องมือ โปรแกรม หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องไปใช้ให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ และสร้างสรรค์

4.3 ด้านจริยธรรม

4.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านจริยธรรม

- 1) การตระหนักรู้เกี่ยวกับการพิจารณาด้านจริยธรรม และสถานการณ์หรือประเด็นขัดแย้งด้านจริยธรรมในสาขาการตลาด โดยให้ความสำคัญกับสังคม สิทธิผู้บริโภค ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 2) สามารถในการออกแบบกลยุทธ์การตลาดและแคมเปญที่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้านจริยธรรม หลีกเลี่ยงแนวทางปฏิบัติที่ทำให้เข้าใจผิด ต้องมีความโปร่งใส และเคารพความเป็นส่วนบุคคล
- 3) การใช้ข้อมูลอย่างมีจริยธรรม รวมถึงการอ้างอิงและการระบุแหล่งที่มาที่เหมาะสม เคารพลิขสิทธิ์และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น

4.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้จริยธรรม

- 1) มอบหมายให้คณาจารย์และประเมินเกี่ยวกับประเด็นขัดแย้งด้านจริยธรรมในการตลาด วิเคราะห์สถานการณ์ พิจารณาผลกระทบทางจริยธรรม และเสนอแนวทางปฏิบัติด้านจริยธรรมที่เหมาะสม
- 2) ให้สถานการณ์แก่นักศึกษาที่ต้องตัดสินใจอย่างมีจริยธรรมเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด ผลิตภัณฑ์ หรือแคมเปญ พร้อมทั้งอธิบายแนวทางที่ใช้ในการตัดสินใจ
- 3) ให้นักศึกษาประเมินแคมเปญการตลาดหรือโฆษณาที่มีอยู่อย่างมีวิจารณญาณเพื่อระบุข้อกังวลด้านจริยธรรมและเสนอการแก้ไขที่สอดคล้องกับมาตรฐานทางจริยธรรม
- 4) จัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อการตลาดสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยมีประเด็นความอ่อนไหวด้านวัฒนธรรม
- 5) มอบหมายให้นักศึกษาสร้างกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ยั่งยืน
- 6) จัดการอภิปรายหรืออภิปรายการในหัวข้อทางจริยธรรมที่เป็นข้อขัดแย้งในด้านการตลาด
- 7) มีการจัดทำแผนด้านจริยธรรมเป็นเกณฑ์ในการประเมินแผนการตลาด

4.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านจริยธรรม

- 1) ประเมินการเรียนรู้จากบันทึกการสะท้อนคิดของนักศึกษา
- 2) ประเมินความสามารถในการบูรณาการการพิจารณาด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมกับแผนการตลาด งาน หรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย
- 3) แบบทดสอบ แบบวัดเจตคติหรือทัศนคติ แบบประเมินตนเอง
- 4) ประเมินผลจากผลงาน การนำเสนอ การอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

4.4 ด้านลักษณะบุคคล

4.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านลักษณะบุคคล

- 1) มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบต่อตนเอง สามารถทำงานเป็นทีม แสดงออกถึงการมีวุฒิภาวะเป็นผู้นำทางอารมณ์ เคารพกฎระเบียบ รับผิดชอบต่อตนเอง ชุมชน สังคมและเป็นแบบอย่างที่ดี
- 2) มีความคิดเชิงตรรกะ ความเป็นผู้ประกอบการ การรู้จักจัด การรู้เทคโนโลยี การรู้สารสนเทศ การรู้การสื่อสาร การรู้สังคม
- 3) สามารถพัฒนาแนวคิดการตลาดที่เคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรมและส่งเสริมการไม่แบ่งแยก

4.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านลักษณะบุคคล

- 1) มอบหมายงานให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อฝึกความรับผิดชอบต่อตนเอง และสมาชิกในกลุ่ม
- 2) ฝึกให้มีความสามารถในการนำเสนอในชั้นเรียน สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจ
- 3) การเรียนรู้ เพิ่มทักษะ ประสบการณ์ นอกสถานที่ให้เหมาะสมกับรายวิชา

4.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านลักษณะบุคคล

1) สังเกตพฤติกรรมในการทำกิจกรรมกลุ่ม โดยเคารพความหลากหลายของผู้อื่น
 2) ประเมินจากการรับฟังข้อมูลที่นักศึกษาทำการนำเสนอแนะและถ่ายทอดงานได้อย่าง
 เข้าใจ

3) ประเมินจากบุคลิกภาพในขณะนำเสนอแนะ มีการตอบคำถามจากอาจารย์ผู้สอน

5. ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 กับ
 ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLO) และกลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้
 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ตามมาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้ พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผลการ เรียนรู้
1.ด้านความรู้			
1.1 มีความรู้และความ เข้าใจเกี่ยวกับหลักการ และทฤษฎีที่สำคัญใน เนื้อหาสาขาที่ศึกษา	PLO1 นักศึกษามีความรู้และ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาสาขาที่ ศึกษา	1) การบรรยาย สอนโดยเน้น ผู้เรียนเป็นสำคัญในทุก รายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ มุ่งเน้นให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในทฤษฎีทาง การตลาด	1) การทำแบบฝึกหัดทำ บทเรียน การทดสอบย่อย การทำกรณีศึกษา การสอบ กลางภาค และปลายภาค เรียน 2) รายงานผลการศึกษา
1.2 บูรณาการศาสตร์ ทางการตลาดและ ประกอบการสู่การ ปฏิบัติจริง	PLO1 นักศึกษามีความรู้และ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาสาขาที่ ศึกษา	2) การเรียนรู้จากสถานการณ์ จริง และเรียนรู้จาก ประสบการณ์จาก ผู้ประกอบการด้านการตลาด 3) การลงมือปฏิบัติจริง และ การใช้กิจกรรมเป็นฐาน	ค้นคว้า การวิจัย และการทำ โครงการ 3) จัดทำชิ้นงานหรือรายงาน ทางวิชาการ 4) ประเมินจากการนำเสนอ รายงานในชั้นเรียน
1.3 สามารถวิเคราะห์ และจำแนกข้อเท็จจริง ตามแนวคิด หลักการ และทฤษฎีใน เนื้อหาวิชาการตลาด และสาขาวิชาที่ศึกษา และสามารถเรียนรู้ จากแหล่งต่างๆ จาก การเปลี่ยนแปลง	PLO2 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ และประเมินการตลาดโดย ใช้ทฤษฎีทางด้าน การตลาด เช่นการ วิเคราะห์สภาวะตลาด ปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน เป็นต้น ผ่านสื่อต่างๆ ได้	-การบรรยาย -การสาธิต -การอภิปรายกลุ่ม -การลงมือปฏิบัติจริง -การจัดทำโครงการ -การจัดทำกรณีศึกษา -การใช้ปัญหาเป็นฐาน -การใช้การวิจัยเป็นฐาน -การใช้ชุมชนเป็นฐาน	

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้
ความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด			
2.ด้านทักษะ			
2.1 สามารถแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ใช้แหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ มีความทันสมัยเพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ประเมินสถานการณ์และสรุปข้อค้นพบที่เกี่ยวข้องได้	PLO2 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และประเมินการตลาดโดยใช้ทฤษฎีทางด้านการตลาด เช่น การวิเคราะห์สภาวะตลาด ปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน เป็นต้น	1) การบรรยาย 2) การสาธิต 3) การอภิปรายกลุ่ม จากโจทย์หรือสถานการณ์จริงของตราสินค้า หรือบริษัท 4) การลงมือปฏิบัติจริง 5) การจัดทำโครงการ 6) การจัดทำกรณีศึกษา 7) การใช้ปัญหาเป็นฐาน 8) การใช้การวิจัยเป็นฐาน	1) การวัดตามสภาพจริง โดยใช้เครื่องมือวัด เช่น แบบทดสอบ แบบประเมินผลงาน แบบสอบถาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบกิจกรรม 2) การประเมินโครงการ รายงาน แผนต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษา 3) การนำเครื่องมือ โปรแกรม หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องไปใช้ให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้อง และสร้างสรรค์
2.2 วิเคราะห์ ตีความข้อมูล สังเคราะห์ข้อมูลและหลักฐานอย่างมีเหตุผลและรอบคอบ และนำเสนอข้อมูลได้อย่างสอดคล้องกันในการสื่อสารรูปแบบต่างๆ	PLO2 สามารถวิเคราะห์และประเมินการตลาดโดยใช้ทฤษฎีทางด้านการตลาด เช่น การวิเคราะห์สภาวะตลาดปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน เป็นต้น	9) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตัดสินใจคิดอย่างมีวิจารณญาณ 10) มอบหมายการจัดทำกรณีศึกษาธุรกิจที่เผชิญกับปัญหาด้านการตลาด และให้นักศึกษาระบุที่มาปัญหา พร้อมทั้งแนวทางแก้ไข 11) มอบหมายการศึกษา	1) การวัดตามสภาพจริง โดยใช้เครื่องมือวัด เช่น แบบทดสอบ แบบประเมินผลงาน แบบสอบถาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบกิจกรรม 2) การประเมินโครงการ รายงาน แผนต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษา 3) การนำเครื่องมือ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้
		ยุทธศาสตร์ของธุรกิจที่เป็นคู่แข่งกันในอุตสาหกรรมเดียวกัน และให้เปรียบเทียบแนวคิดหรือทฤษฎีด้านการตลาดที่ใช้ในการแข่งขัน	โปรแกรม หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องไปใช้ให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้อง และสร้างสรรค์
2.3 สามารถระบุปัญหาหรือความท้าทายทางการตลาด แก้ไขปัญหาด้านการตลาดเพื่อเป็นผู้ประกอบการ หรือนักการตลาด โดยเลือกแนวคิด ทฤษฎีอย่างสร้างสรรค์และเลือกเครื่องมือที่นำมาใช้อย่างเหมาะสม	<p>PLO3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดแนวคิด กลยุทธ์การตลาด และแคมเปญทางการตลาด ผ่านช่องทางที่หลากหลาย ไปยังผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>PLO5 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ หรือเชิงลึกวัด ประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดได้จัดทำรายงาน และนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานการตลาดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม</p>	<p>12) ให้นักศึกษานำเสนอกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนของตัวแบบการสื่อสารการตลาด</p> <p>13) มอบหมายโจทย์ธุรกิจเพื่อให้นักศึกษาสร้างแผนการตลาด</p> <p>14) ศึกษาศาสนการณ์การตลาด เพื่อจัดทำโครงการงานวิจัยด้านการตลาด</p> <p>15) การฝึกใช้เครื่องมือต่าง ๆ สำหรับการตลาดดิจิทัล และโปรแกรมสำเร็จรูปที่จำเป็น</p>	<p>1) การวัดตามสภาพจริง โดยใช้เครื่องมือวัด เช่น แบบทดสอบ แบบประเมินผลงาน แบบสอบถาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบกิจกรรม</p> <p>2) การประเมินโครงการ รายงาน แผนต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษา</p> <p>3) การนำเครื่องมือโปรแกรม หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องไปใช้ให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้อง และสร้างสรรค์</p>
2.4 สามารถสร้างสรรค์ความคิดสำหรับแคมเปญการตลาด การ	<p>PLO3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดแนวคิด กลยุทธ์การตลาด และ</p>	<p>12) ให้นักศึกษานำเสนอกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนของตัวแบบการสื่อสารการตลาด</p>	<p>1) การวัดตามสภาพจริง โดยใช้เครื่องมือวัด เช่น แบบทดสอบ แบบประเมินผลงาน</p>

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้
ออกแบบสื่อการตลาดที่ดึงดูดความสนใจ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สื่อสารความหมายของตราสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	แคมเปญทางการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลาย ไปยังผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	13) มอบหมายโจทย์ธุรกิจ เพื่อให้นักศึกษาสร้างแผนการตลาด 14) ศึกษาสถานการณ์การตลาด เพื่อจัดทำโครงการวิจัยด้านการตลาด 15) การฝึกใช้เครื่องมือต่าง ๆ สำหรับการตลาดดิจิทัล และโปรแกรมสำเร็จรูปที่จำเป็น	แบบสอบถาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบกิจกรรม 2) การประเมินโครงการ รายงาน แผนต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษา 3) การนำเครื่องมือ โปรแกรม หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องไปใช้ให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้อง และสร้างสรรค์
2.5 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล รวมทั้งเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การจัดทำรายงาน การนำเสนอ ด้วยการพูด การเขียน และการใช้สื่อที่ถูกต้องเหมาะสม และแบ่งปันข้อมูลกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำงานร่วมกันได้	PLO5 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ หรือเชิงลึกวัด ประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดได้จัดทำรายงาน และนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานการตลาดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม		1) การวัดตามสภาพจริง โดยใช้เครื่องมือวัด เช่น แบบทดสอบ แบบประเมินผลงาน แบบสอบถาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบกิจกรรม 2) การประเมินโครงการ รายงาน แผนต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษา 3) การนำเครื่องมือ โปรแกรม หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องไปใช้ให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้อง และสร้างสรรค์
3.ด้านจริยธรรม			
3.1 การตระหนักรู้เกี่ยวกับการพิจารณา ด้านจริยธรรมและประเด็นขัดแย้งด้าน	PLO2 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และประเมินการตลาดโดยใช้ทฤษฎีทางด้าน	1) จัดกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง	1) ประเมินการเรียนรู้จากบันทึกการสะท้อนคิดของนักศึกษา 2) ประเมินความสามารถใน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้
<p>จริยธรรมและสถานการณ์หรือประเด็นที่ขัดแย้งด้านจริยธรรมในสาขาการตลาด โดยให้ความสำคัญกับสังคม สิทธิผู้บริโภค ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p>	<p>การตลาด เช่นการวิเคราะห์สภาวะตลาด ปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน เป็นต้น</p> <p>PLO4</p> <p>นักศึกษามีบุคลิกภาพที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบ สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจและพัฒนาตนเองภายใต้ความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม</p>	<p>2) กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กรในการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย เน้นการเข้าชั้นเรียนตรงเวลา และการแต่งกายให้เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย</p> <p>3) มอบหมายงานให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อฝึกความรับผิดชอบของสมาชิกในกลุ่ม และความเป็นผู้นำ</p>	<p>การบูรณาการการพิจารณา ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม กับแผนการตลาด งาน หรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>3) แบบทดสอบ แบบวัดเจตคติหรือทัศนคติ แบบประเมินตนเอง</p> <p>4) ประเมินผลจากผลงาน การนำเสนองาน การอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น</p>
<p>3.2 สามารถในการออกแบบกลยุทธ์การตลาดและแคมเปญที่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้านจริยธรรม หลีกเลียงแนวทางปฏิบัติที่ทำให้เข้าใจผิด และต้องมีความโปร่งใส และเคารพความเป็นส่วนบุคคล</p>	<p>PLO2</p> <p>นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และประเมินการตลาดโดยใช้ทฤษฎีทางด้านการตลาด เช่นการวิเคราะห์สภาวะตลาด ปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน เป็นต้น</p> <p>PLO4</p> <p>นักศึกษามีบุคลิกภาพที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบ สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจและพัฒนาตนเองภายใต้ความ</p>		

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้
	หลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม		
3.3 ใช้ข้อมูลอย่างมีจริยธรรม รวมถึงการอ้างอิงและการระบุแหล่งที่มาที่เหมาะสม เคารพลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น	PLO4 นักศึกษาที่มีบุคลิกภาพที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบ สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจและพัฒนาตนเองภายใต้ความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม		
4.ด้านลักษณะบุคคล			
4.1 มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบต่อตนเอง ชุมชน สังคมและเป็นแบบอย่างที่ดี	PLO3 นักศึกษาสามารถสร้างและจัดการทำแผนการตลาด เชิงสร้างสรรค์ โดยผ่านสื่อต่างๆได้ PLO4 นักศึกษาที่มีบุคลิกภาพที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบ สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจและพัฒนาตนเองภายใต้ความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม	1) มอบหมายงานให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อฝึกความรับผิดชอบต่อตนเองและสมาชิกในกลุ่ม 2) ฝึกให้มีความสามารถในการนำเสนองานในชั้นเรียน สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจ	1) สังเกต จากการที่นักศึกษาทำงานเป็นทีมและมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน 2) ประเมินจากการรับฟังข้อมูลที่นักศึกษาทำการนำเสนอและถ่ายทอดงานได้อย่างเข้าใจ 3) ประเมินจากบุคลิกภาพในขณะนำเสนองาน มีการตอบคำถามจากอาจารย์ผู้สอน
4.2 มีความคิดเชิงตรรกะ ความเป็นผู้ประกอบการ การรู้ดิจิทัล การรู้เทคโนโลยี การรู้สารสนเทศ การรู้	PLO3 นักศึกษาสามารถสร้างและจัดการทำแผนการตลาด เชิงสร้างสรรค์ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้		

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ตามมาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้ พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผลการ เรียนรู้
การสื่อสาร การรู้สังคม			
4.3 สามารถพัฒนา แนวคิดการตลาดที่ เคารพความ หลากหลายทาง วัฒนธรรมและส่งเสริม การไม่แบ่งแยก	PLO4 มีบุคลิกภาพที่ดี สามารถ สื่อสาร ได้อย่างเข้าใจ และ พัฒนาตนเองภายใต้ความ หลากหลายทางสังคมและ วัฒนธรรม		

6. ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLO)
เชื่อมโยงกับผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ของหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565	1. ด้านความรู้			2. ด้านทักษะ					3. ด้าน จริยธรรม			4. ด้านลักษณะ บุคคล		
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3
ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLO)														
PLO1 มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการบริหารจัดการและปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์	✓	✓			✓				✓			✓		
PLO2 มีความสามารถวิเคราะห์และประเมิน สภาวะตลาดปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน โดยปรับให้เข้ากับภูมิทัศน์ทางการตลาด สามารถจัดทำแผนการตลาด การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางด้านตลาด			✓			✓					✓		✓	
PLO3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดแนวคิด กลยุทธ์การตลาด และแคมเปญทางการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลาย ไปยังผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ			✓			✓					✓		✓	
PLO4 มีบุคลิกภาพที่ดี มีทักษะด้านการสื่อสาร และความสามารถในการทำงานเป็นทีม และพัฒนาตนเองภายใต้ความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม มีแนวคิดด้านการตลาดที่มีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม			✓				✓	✓			✓	✓		✓
PLO5 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล ใช้เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ วัดผลของการใช้เครื่องมือทางการตลาด จัดทำรายงานและนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานการตลาดได้อย่างเหมาะสม	✓					✓		✓		✓			✓	

7. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร PLO : Program Learning Outcomes
สู่รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ (Curriculum Mapping)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร PLO : Program Learning Outcomes				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
หมวดวิชาเฉพาะ 92 หน่วยกิต					
วิชาแกน 30 หน่วยกิต					
3003101 ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 1	✓				
3062401 องค์กรสมัยใหม่และการจัดการเชิงกลยุทธ์	✓	✓			
3021901 กฎหมายธุรกิจ	✓				
3022102 การจัดการการดำเนินงาน	✓	✓			
3031103 หลักการบัญชี	✓				✓
3034301 การบัญชีเพื่อการจัดการ	✓				✓
3041101 การเงินธุรกิจ	✓				✓
3042101 ภาษีอากรธุรกิจ	✓				✓
3051101 หลักการตลาด	✓		✓		
3081002 หลักเศรษฐศาสตร์	✓				✓
วิชาเอกบังคับ 39 หน่วยกิต					
3052101 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	✓			✓	
3052102 พฤติกรรมผู้บริโภค	✓	✓			
3052103 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ			✓		

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร PLO : Program Learning Outcomes				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
3052104 การตลาดบริการ		✓		✓	
3052106 กลยุทธ์ราคา	✓			✓	
3053101 การจัดการการตลาด	✓		✓		
3053102 ช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า	✓	✓		✓	
3053103 การตลาดระหว่างประเทศ		✓		✓	
3053104 การวิจัยทางการตลาด	✓		✓		✓
3053105 การตลาดดิจิทัล	✓	✓			✓
3053208 กลยุทธ์การตลาด	✓			✓	
3054101 สัมมนาทางการตลาด	✓	✓	✓	✓	
3054203 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาดเพื่อการตัดสินใจ	✓	✓			
วิชาเลือก 15 หน่วยกิต					
3052105 การใช้คอมพิวเตอร์สำหรับการตลาด	✓	✓		✓	
3052202 การจัดการขายสมัยใหม่	✓		✓		
3052204 ศิลปะการขาย		✓		✓	
3053201 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	✓			✓	
3053204 การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด			✓	✓	
3053205 หลักการค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	✓	✓		✓	
3053207 การตลาดเกษตร	✓	✓			
3053210 การตลาดอย่างยั่งยืน			✓	✓	

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร PLO : Program Learning Outcomes				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
3053211 การตลาดเนื้อหาและการเล่าเรื่อง	✓	✓	✓	✓	
3053212 การพยากรณ์ยอดขาย		✓	✓		
3054102 ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด	✓	✓		✓	
3054103 การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว		✓	✓	✓	
3054201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด		✓	✓		✓
3054202 การจัดการตราสินค้า	✓		✓		
3054204 จริยธรรมทางการตลาด	✓			✓	
3054205 การส่งออกและนำเข้า	✓	✓		✓	
3054206 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ	✓	✓			✓
3054207 ปัญหาพิเศษทางการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓
3054208 ความรู้พื้นฐานการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	✓	✓	✓	✓	
3054211 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต	✓			✓	✓
3054801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	✓		✓	✓	
3054802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓
3054998 เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด	✓		✓	✓	
3054999 สหกิจศึกษาทางการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓

8. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ
ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาเฉพาะ

แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานการเรียนรู้ในแต่ละรายวิชาในหลักสูตรว่ามีส่วนร่วมในการเสริมสร้างกระบวนการ
เรียนรู้และสอดคล้องต่อมาตรฐานผลการเรียนรู้ด้านใดบ้าง โดยแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการ
เรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาในรูปของตารางต่อไปนี้

8.1 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565
จากหลักสูตรรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ (Curriculum Mapping)

รายวิชา	1. ด้านความรู้			2. ด้านทักษะ					3. ด้านจริยธรรม			4. ด้านลักษณะบุคคล		
	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
หมวดวิชาเฉพาะ 92 หน่วยกิต														
วิชาแกน 30 หน่วยกิต														
3003101 ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 1	●			●										
3062401 องค์กรสมัยใหม่และการจัดการเชิงกลยุทธ์		●				●					●	●		
3021901 กฎหมายธุรกิจ	●													
3022102 การจัดการการดำเนินงาน	●			●										
3031103 หลักการบัญชี	●			●										
3034301 การบัญชีเพื่อการจัดการ	●			●										
3041101 การเงินธุรกิจ	●					●								
3042101 ภาษีอากรธุรกิจ	●										●			
3051101 หลักการตลาด	●				●				●			●		
3081002 หลักเศรษฐศาสตร์	●				●									
วิชาบังคับ 39 หน่วยกิต														
3052101 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์			●		●					●				

รายวิชา	1. ด้านความรู้			2. ด้านทักษะ					3. ด้านจริยธรรม			4. ด้านลักษณะบุคคล		
	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
3052102 พฤติกรรมผู้บริโภค			●			●								●
3052103 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	●					●		●						
3052104 การตลาดบริการ	●					●								
3052106 กลยุทธ์ราคา			●		●									
3053101 การจัดการการตลาด	●				●		●					●		
3053102 ช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า	●	●				●				●				●
3053103 การตลาดระหว่างประเทศ	●				●						●		●	
3053104 การวิจัยทางการตลาด		●			●			●			●			
3053105 การตลาดดิจิทัล		●	●		●		●	●		●	●		●	
3053208 กลยุทธ์การตลาด	●					●				●				
3054101 สัมมนาทางการตลาด	●									●			●	
3054203 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาดเพื่อการตัดสินใจ		●				●		●						
หมวดวิชาเอกเลือก														
3052105 การใช้คอมพิวเตอร์สำหรับการตลาด	●						●		●			●		
3052202 การจัดการขายสมัยใหม่	●							●						●

รายวิชา	1. ด้านความรู้			2. ด้านทักษะ					3. ด้านจริยธรรม			4. ด้านลักษณะบุคคล		
	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
3052204 ศิลปะการขาย	●					●								●
3053201 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่		●				●			●					
3053204 จริยธรรมทางการตลาด		●							●					
3053205 หลักการค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	●			●	●					●				
3053207 การตลาดเกษตร	●					●								
3053210 การตลาดอย่างยั่งยืน	●								●			●		
3053211 การตลาดเนื้อหาและการเล่าเรื่อง	●			●			●	●						
3053212 การพยากรณ์ยอดขาย	●			●					●					
3054102 ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด	●				●									
3054103 การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	●			●			●							
3054201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด	●		●					●				●		
3054202 การจัดการตราสินค้า	●						●							
3054205 การส่งออกและนำเข้า	●	●	●			●			●			●		
3054206 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ	●				●			●						
3054207 ปัญหาพิเศษทางการตลาด	●			●						●		●		
3054208 ความรู้พื้นฐานการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์	●					●							●	●

รายวิชา	1. ด้านความรู้			2. ด้านทักษะ					3. ด้านจริยธรรม			4. ด้านลักษณะบุคคล		
	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3
อิเล็กทรอนิกส์														
3054209 โมเดลธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	●			●					●			●		
3054210 การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์	●	●				●		●		●				
3054211 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต	●		●					●						●
3054801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด		●					●		●			●		●
3054802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด		●				●	●				●	●		●
3054998 เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด		●					●					●		●
3054999 สหกิจศึกษาทางการตลาด		●				●	●		●		●	●		●

9. ตารางผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLO - Program Learning Outcome)
และผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี (YLO - Year Learning Outcome) ของหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี (YLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
YLO1 สามารถเรียนรู้และเข้าใจในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการบริหารจัดการและปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์	✓				
YLO2 สามารถอธิบายแนวคิดทฤษฎีด้านการตลาด เรียนรู้และเข้าใจการนำการตลาดไปใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ วิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้		✓			
YLO3 สามารถนำทฤษฎีด้านการตลาดมาประกอบการคิดวิเคราะห์ เพื่อวางแผนการตลาด สามารถทำงานเป็นทีม และสามารถนำเสนองานเชิงสร้างสรรค์โดยผ่านสื่อต่างๆ			✓		
YLO4 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล ใช้เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ วัดผลของการใช้เครื่องมือทางการตลาด จัดทำรายงานและนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานการตลาดได้อย่างเหมาะสม	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ : YLO1 หมายถึง ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปีที่ 1

YLO2 หมายถึง ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับชั้นปีที่ 2

หมวดที่ 3 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต

1. โครงสร้างหลักสูตร

1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมทั้งหลักสูตร	122	หน่วยกิต
มีสัดส่วนหน่วยกิตแต่ละหมวดวิชาดังนี้		
(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	24	หน่วยกิต
1. กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	9	หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ	6	หน่วยกิต
1.2 กลุ่มวิชาภาษาไทยและภาษาอื่น	3	หน่วยกิต
2. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	9	หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3	หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6	หน่วยกิต
3. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์	6	หน่วยกิต
3.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	3	หน่วยกิต
3.2 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์	3	หน่วยกิต
(2) หมวดวิชาเฉพาะ	92	หน่วยกิต
- วิชาแกน	30	หน่วยกิต
- วิชาเอกบังคับ	39	หน่วยกิต
- วิชาเอกเลือก	15	หน่วยกิต
- วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาไม่น้อยกว่า	8	หน่วยกิต
(3) หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต
1.2 รายวิชาและหน่วยกิต		
(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	24	หน่วยกิต
1.กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	จำนวน 9	หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ ให้เลือกเรียน	จำนวน 6	หน่วยกิต
0166001 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน	3(2-2-5)	
Foundation English		
0166002 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารตามสถานการณ์ต่าง ๆ ในศตวรรษที่ 21	3(2-2-5)	
English for Communication through Various Situations in the 21 st Century		
0166003 ภาษาอังกฤษเพื่อเสริมทักษะการเรียนรู้	3(2-2-5)	
English for Study Skills		

0166004 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพ 3(2-2-5)
English for Career Preparation

0166005 ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ 3(2-2-5)
English for Professional Purposes

1.2 กลุ่มวิชาภาษาไทยและภาษาอื่น ให้เลือกเรียน จำนวน 3 หน่วยกิต

0166006 ทักษะภาษาไทยเพื่อการสื่อสารร่วมสมัย 3(2-2-5)
Thai Skills for Contemporary Communication

0166007 ทักษะภาษาเขมรเพื่อการสื่อสาร 3(2-2-5)
Khmer Skills for Communication

0166008 ทักษะภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3(2-2-5)
Chinese Skills for Communication

0166009 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ 3(2-2-5)
Thai for Presentation

0166010 พื้นฐานภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ 3(2-2-5)
Basic Thai for Foreigners

2. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 9 หน่วยกิต

2.1 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ ให้เลือกเรียน จำนวน 3 หน่วยกิต

0266001 สวนบ้านแก้วศึกษา 3(3-0-6)
Suan Ban Kaew Study

0266002 จริยศึกษาเพื่อการพัฒนาตน 3(3-0-6)
Moral Education for Self Development

0266003 พลเมืองสีเขียว 3(2-2-5)
Green Citizen

0266004 การพัฒนาซอฟต์สกีล 3(3-0-6)
Development of Soft Skill

0266005 ทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อชีวิตและอาชีพ 3(2-2-5)
Skills in the 21st Century for Living and Occupations

0266006 ขับร้องเพลงสมัยนิยมและเพลงพื้นบ้านของจันทบุรี 3(2-2-5)
Singing Popular Songs and Chanthaburi Folk Songs

0266007 กระบวนการคิดในโลกยุคใหม่ 3(3-0-6)
Mindset in the Modern World

0266008	จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน Daily Life Psychology	3(3-0-6)
0266009	มนุษยสัมพันธ์ Human Relationships	3(3-0-6)
0266010	ศิลปะการพูดและการนำเสนอ Art of Speaking and Presentation	3(2-2-5)
0266011	การสื่อสารยุคดิจิทัล Communication in Digital Age	3(2-2-5)
0266012	การออกแบบในชีวิตประจำวัน Design in Everyday Life	3(2-2-5)
0266013	ศิลปะเพื่อความสุข Art for Happiness	3(2-2-5)

2.2 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ **จำนวน 6 หน่วยกิต**

บังคับเรียน **3 หน่วยกิต**

0266014	ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน H.M. King Bhumibol Adulyadej's Philosophy for Sustainable Development	3(3-0-6)
---------	---	----------

และเลือกเรียนจากรายวิชาต่อไปนี้ **จำนวน 3 หน่วยกิต**

0266015	การเมืองการปกครองไทย Thai Politics and Governance	3(3-0-6)
0266016	การเรียนรู้ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ Creative Community Learning	3(2-2-5)
0266017	ความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยของไทย Citizenship of Thai Democracy	3(3-0-6)
0266018	จิตอาสากับการพัฒนาท้องถิ่น Volunteer and Local Development	3(2-2-5)
0266019	ภูมิคุ้มกันการทุจริต Anti-Corruption Immunity	3(3-0-6)
0266020	วิถีไทยวิถีอาเซียน Thai and ASEAN Societies and Culture	3(3-0-6)
0266021	เศรษฐกิจน่ารู้ในยุคดิจิทัล Economic Knowledge in the Digital Age	3(3-0-6)

0266022	การบัญชีในชีวิตประจำวัน Accounting in Daily Life	3(3-0-6)
0266023	สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ Safe and Creative Media	3(2-2-5)
0266024	การรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล Media Literacy in Digital Age	3(2-2-5)
0266025	การเงินและความมั่งคั่ง Finance and Wealth	3(3-0-6)
0266026	การจัดการธุรกิจในยุคดิจิทัล Business Management in the Digital Age	3(3-0-6)
0266027	การจัดการนวัตกรรมและทุนมนุษย์ Innovation and Human Capital Management	3(3-0-6)
0266028	การจัดการข้อมูลเบื้องต้นในยุคดิจิทัล Introduction to Data Management in Digital Age	3(2-2-5)
0266029	ชีวิตและความตาย Life and Death	3(2-2-5)
3.	กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์	จำนวน 6 หน่วยกิต
3.1	กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ให้เลือกเรียน	จำนวน 3 หน่วยกิต
0366001	การคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Creativity and Innovation	3(3-0-6)
0366002	การเกษตรตามแนวพระราชดำริ Royal Initiation for Agriculture	3(3-0-6)
0366003	อัญมณีและเครื่องประดับในชีวิตประจำวัน Gems and Jewelry in Daily Life	3(3-0-6)
0366004	การใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล Technology Literacy in the Digital Age	3(2-2-5)
0366005	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce	3(3-0-6)
0366006	พืชพรรณเพื่อสุขภาพ Plants for Health	3(3-0-6)
0366007	วิทยาศาสตร์วิถีใหม่ Science for New Normal	3(3-0-6)

0366008	สมาธิและคุณภาพชีวิต Meditation and Quality of Life	3(3-0-6)
0366009	ผลประโยชน์แห่งชาติทางทะเล National Marine Benefits	3(3-0-6)
0366010	เขตทางทะเล และการจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง Maritime Zones, Marine Resources and Coastal Management	3(3-0-6)
0366011	สุนทรียะการเกษตร Aesthetic Agriculture	3(3-0-6)
0366012	การพัฒนาชุมชนประมงแบบบูรณาการ Integrated Development for Fisheries Community	3(3-0-6)
0366013	โลกของผลไม้ Fruit World	3(3-0-6)
0366014	เทคโนโลยีพื้นฐานด้านการถ่ายภาพและตกแต่งภาพ Basic Technology of Photography and Image Adjustment	3(2-2-5)
0366015	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีกับการพัฒนา Basic Smart Technology and Development	3(2-2-5)
0366016	การสร้างเสริมสุขภาพและดูแลสุขภาพ Health Promotion and Care	3(2-2-5)

3.2	กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์	ให้เลือกเรียน	จำนวน	3	หน่วยกิต
0366017	การคิดและการตัดสินใจ Thinking and Decision Making				3(2-2-5)
0366018	คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน Mathematics in Daily Life				3(2-2-5)
0366019	การคิดเชิงเหตุผล Logical Thinking				3(2-2-5)
0366020	คณิตศาสตร์เพื่อฝึกทักษะทางปัญญา Mathematics for Cognitive Skill				3(2-2-5)
0366021	การสำรวจความคิดเห็นและการนำเสนอข้อมูล Poll and Presentation				3(2-2-5)

(2) หมวดวิชาเฉพาะ	92 หน่วยกิต
1. กลุ่มวิชาแกน	30 หน่วยกิต
3003101 ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 1 Practical Business English 1	3(2-2-5)
3062401 องค์การสมัยใหม่และการจัดการเชิงกลยุทธ์ Modern Organization and Strategy Management	3(3-0-6)
3021901 กฎหมายธุรกิจ Business Laws	3(3-0-6)
3022102 การจัดการการดำเนินงาน Operation Management	3(3-0-6)
3031103 หลักการบัญชี Principles of Accounting	3(3-0-6)
3034301 การบัญชีเพื่อการจัดการ Managerial Accounting	3(3-0-6)
3041101 การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
3042101 ภาษีอากรธุรกิจ Business Taxation	3(3-0-6)
3051101 หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
3081002 หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)
2. กลุ่มวิชาเอก	62 หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ	39 หน่วยกิต
3052101 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ Product Strategies	3(3-0-6)
3052102 พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
3052103 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication Strategy	3(3-0-6)
3052104 การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)

3052106	กลยุทธ์ราคา Pricing Strategy	3(3-0-6)
3053101	การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
3053102	ช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า Marketing Channels and Physical Distribution	3(3-0-6)
3053103	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
3053104	การวิจัยทางการตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
3053105	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(3-0-6)
3053208	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategies	3(3-0-6)
3054101	สัมมนาทางการตลาด Seminar in Marketing	3(2-2-5)
3054203	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาดเพื่อการตัดสินใจ Quantitative Analysis in Marketing for Decision	3(3-0-6)

2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก

15 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนในรายวิชาต่อไปนี้ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

3052105	การใช้คอมพิวเตอร์สำหรับการตลาด Computer Application in Marketing	3(3-0-6)
3052202	การจัดการการขายสมัยใหม่ Modern Sales Management	3(3-0-6)
3052204	ศิลปะการขาย Salesmanship	3(3-0-6)
3053201	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ New Product Management	3(3-0-6)
3053204	การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด Packaging for Marketing	3(3-0-6)
3053205	หลักการค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Principles of Retailing and E-Commerce	3(3-0-6)

3053207	การตลาดเกษตร Agricultural Marketing	3(3-0-6)
3053210	การตลาดอย่างยั่งยืน Sustainable Marketing	3(3-0-6)
3053211	การตลาดเนื้อหาและการเล่าเรื่อง Content Marketing and Story Telling	3(3-0-6)
3053212	การพยากรณ์ยอดขาย Sales Forecast	3(3-0-6)
3054102	ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด Creative Thinking for Marketing	3(3-0-6)
3054103	การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว Tourism Marketing	3(3-0-6)
3054201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด Software Application in Marketing	3(2-2-5)
3054202	การจัดการตราสินค้า Brand Management	3(3-0-6)
3054204	จริยธรรมทางการตลาด Marketing Ethics	3(3-0-6)
3054205	การส่งออกและนำเข้า Exporting and Importing	3(3-0-6)
3054206	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ Business to Business Marketing	3(3-0-6)
3054207	ปัญหาพิเศษทางการตลาด Special Problems in Marketing	3(2-2-5)
3054208	ความรู้พื้นฐานการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Introduction to Digital Marketing and E-Commerce	3(3-0-6)
3054209	โมเดลธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ Business Model for Entrepreneurs	3(3-0-6)
3054210	การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ Influencer Marketing	3(3-0-6)
3054211	การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต Search Engine Marketing	3(3-0-6)

2.3 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาไม่น้อยกว่า

8 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนในกลุ่มวิชาต่อไปนี้ 1 กลุ่มวิชา

กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

3054801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Preparation for Professional Experience in Marketing	2(90)
3054802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด Field Experience in Marketing	6(640)

กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา

3054998	เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด Preparation for Marketing Cooperative Education	2(90)
3054999	สหกิจศึกษาทางการตลาด Marketing Cooperative Education	6(640)

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี เรียนไม่น้อยกว่า

6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชา

ความหมายของรหัสวิชา

หมวดวิชาเฉพาะ

การกำหนดรหัสวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วยตัวเลข

7 ตัว ดังนี้

ลำดับที่ 1	คือ รหัสคณะ (3 คือ คณะวิทยาการจัดการ)
ลำดับที่ 2-3	คือ รหัสแสดงสาขาวิชาของคณะวิทยาการจัดการ
05	คือ รายวิชาที่เปิดสอนโดยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ลำดับที่ 4	คือ รหัสแสดงระดับชั้นปี
ลำดับที่ 5	คือ รหัสกลุ่มวิชา
ลำดับที่ 6-7	คือ ลำดับของรายวิชา

วิชาบังคับก่อน หมายความว่า นักศึกษาที่จะลงทะเบียนวิชาที่มีวิชาบังคับก่อน จะต้องผ่านการเรียนในรายวิชาที่ระบุไว้ก่อนเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชานั้น โดยไม่มีการยกเลิกรายวิชาดังกล่าว

1.3 คำอธิบายรายวิชา

คำอธิบายรายวิชา (ภาคผนวก ข) คู่มือภาคผนวก

2. แผนการศึกษา

ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1		
หมวดวิชา/กลุ่มวิชา (หน่วยกิต)	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx-xxxxxx	3(x-x-x)
กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร (9)	xxxx-xxxxxx	3(x-x-x)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx-xxxxxx	3(x-x-x)
กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (9)	xxxx-xxxxxx	3(x-x-x)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	xxxx-xxxxxx	3(x-x-x)
กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		
กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ (6)		
หมวดวิชาเฉพาะ	3051101 หลักการตลาด	3(3-0-6)
กลุ่มวิชาแกน (30)	3003101 ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 1	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ		
กลุ่มวิชาเอกบังคับ (39)		
หมวดวิชาเฉพาะ		
กลุ่มวิชาเอกเลือก (15)		
หมวดวิชาเฉพาะ		
กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา (8)		
หมวดวิชาเลือกเสรี (6)		
รวม		21

ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2		
หมวดวิชา/กลุ่มวิชา (หน่วยกิต)	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร (9)	xxxx-xxxxxx	3(x-x-x)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (9)	xxxx-xxxxxx	3(x-x-x)
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ (6)	xxxx-xxxxxx	3(x-x-x)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน (30)	3064201 องค์กรสมัยใหม่และการจัดการเชิง กลยุทธ์ 3031103 หลักการบัญชี	3(3-0-6) 3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกบังคับ (39)	3052102 พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกเลือก (15)	xxxx-xxxxxx (เอกเลือกวิชาที่ 1)	3(x-x-x)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือ สหกิจศึกษา (8)		
หมวดวิชาเลือกเสรี (6)		
รวม		21

ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1		
หมวดวิชา/กลุ่มวิชา (หน่วยกิต)	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ (6)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน (30)	3081002 หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกบังคับ (39)	3052102 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)
	3052103 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการ	3(3-0-6)
	3052104 การตลาดบริการ	3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกเลือก (15)	xxxx-xxxxxx (เอกเลือกวิชาที่ 2)	3(x-x-x)
	xxxx-xxxxxx (เอกเลือกวิชาที่ 3)	3(x-x-x)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือ สหกิจศึกษา (5)		
หมวดวิชาเลือกเสรี (8)		
รวม		18

ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2		
หมวดวิชา/กลุ่มวิชา (หน่วยกิต)	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ (6)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน (30)	3021901 กฎหมายธุรกิจ 3041101 การเงินธุรกิจ 3022102 การจัดการการดำเนินงาน	3(3-0-6) 3(3-0-6) 3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกบังคับ (39)	3052106 กลยุทธ์ราคา 3053101 การจัดการการตลาด	3(3-0-6) 3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกเลือก (15)	xxxx-xxxxxx (เอกเลือกวิชาที่ 4)	3(x-x-x)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือ สหกิจศึกษา (8)		
หมวดวิชาเลือกเสรี (6)		
รวม		18

ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		
หมวดวิชา/กลุ่มวิชา (หน่วยกิต)	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ (6)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน (30)	3034301 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3042101 ภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6) 3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกบังคับ (39)	3053102 ช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า 3053103 การตลาดระหว่างประเทศ 3053208 กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6) 3(3-0-6) 3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกเลือก (15)	xxxx-xxxxxx (เอกเลือกวิชาที่ 5)	3(x-x-x)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือ สหกิจศึกษา (8)		
หมวดวิชาเลือกเสรี (6)		
รวม		18

ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		
หมวดวิชา/กลุ่มวิชา (หน่วยกิต)	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ (6)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน (30)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกบังคับ (39)	3053104 การวิจัยทางการตลาด 3053105 การตลาดดิจิทัล 3054203 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด เพื่อการตัดสินใจ	3(2-2-5) 3(3-0-6) 3(3-0-6)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกเลือก (15)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือ สหกิจศึกษา (8)		
หมวดวิชาเลือกเสรี (6)	xxxx-xxxxxx xxxx-xxxxxx	3(x-x-x) 3(x-x-x)
	รวม	15

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		
หมวดวิชา/กลุ่มวิชา (หน่วยกิต)	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ (6)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน (30)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกบังคับ (39)	3054101 สัมมนาทางการตลาด	3(2-2-5)
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกเลือก (15)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือ สหกิจศึกษา (8)	3054801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การตลาด หรือ	2(90)
	3054998 เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด	2(90)
หมวดวิชาเลือกเสรี (6)		
รวม		5

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2		
หมวดวิชา/กลุ่มวิชา (หน่วยกิต)	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (9)		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ (6)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน (30)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกบังคับ (39)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเอกเลือก (15)		
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือ สหกิจศึกษา (8)	3054802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด หรือ 3054999 สหกิจศึกษาทางการตลาด	6(640) 6(640)
หมวดวิชาเลือกเสรี (6)		
รวม		6

หมวดที่ 4 การจัดการกระบวนการเรียนรู้

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

- ไม่มี

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัย

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 ตั้งแต่เดือนมิถุนายน-เดือนตุลาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-เดือนกุมภาพันธ์

2.2 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียนหรือเป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2.3 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)

เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วย การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา

3. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา

3.1. มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดจัดให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์ในการประกอบวิชาชีพก่อนเข้าสู่การทำงานจริง จึงจัดให้มีรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดและสหกิจศึกษาทางการตลาด ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา แนวทางปฏิบัติจะให้นักศึกษาทำการเลือกเรียนตามความต้องการ

ผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

3.1.1 มีความเข้าใจการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย เห็นถึงความจำเป็นในการเรียนรู้ทฤษฎีและการฝึกทักษะการปฏิบัติงานในวิชาชีพ

3.1.2 มีความสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น

3.1.3 มีระเบียบวินัยในการทำงาน สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมการทำงาน

3.1.4 มีความเข้าใจถึงการประยุกต์ใช้ความรู้และการบูรณาการความรู้ต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาการปฏิบัติทางการตลาด และปัญหาการทำงานอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสม

3.1.5 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กล้าแสดงออก

3.2 ช่วงเวลา

วิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดหรือวิชาสหกิจศึกษา ตั้งแต่ชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป

3.3 การจัดเวลาและตารางสอน

ชั้นปี	การฝึกปฏิบัติภาคสนาม	จำนวนชั่วโมงและตารางสอน
3 ขึ้นไป	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดหรือ สหกิจศึกษา	ฝึกประสบการณ์ จำนวน 640 ชั่วโมง ฝึกสหกิจศึกษา จำนวน 640 ชั่วโมง

4. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

ไม่มี

5. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

5.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

จากการให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชา ผ่านระบบการประเมินการเรียนการสอนออนไลน์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

5.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

จากการให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชา ผ่านระบบการประเมินการเรียนการสอนออนไลน์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

หมวดที่ 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตร คณาจารย์และที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2. ความสัมพันธ์ (ถ้ามี) กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

2.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

รายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน โดยเปิดสอนให้กับหลักสูตรอื่นและคณะอื่น ได้แก่ วิชาหลักการตลาด

2.2 รายวิชาที่เปิดสอนให้คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

รายวิชาที่หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สอนให้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตทุกสาขาวิชา ได้แก่ วิชาหลักการตลาด และรายวิชาอื่นๆ ที่นักศึกษา หลักสูตรอื่นหรือคณะอื่น ลงทะเบียนเรียนเป็นวิชาเลือกเสรี

2.3 การบริหารจัดการหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ดำเนินการบริหารจัดการหลักสูตรโดยคณะกรรมการประจำหลักสูตร จัดให้มีการเลือกตั้งประธานหลักสูตร ตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และสรรหาเลขาธิการหลักสูตร เพื่อทำหน้าที่ในการกำกับ ดูแลติดตามการบริหารจัดการหลักสูตร ในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามมาตรฐานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาและเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัย รวมไปถึงผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรและรายวิชา

3. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมีความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ด้านกายภาพและความพร้อมของอุปกรณ์เทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกหรือทรัพยากรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ดังนี้

3.1 สถานที่และอุปกรณ์การศึกษา

ใช้อาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และแหล่งเรียนรู้/แหล่งฝึกงาน/สถานประกอบการ ในภาคตะวันออก และภูมิภาคอื่น ๆ สำหรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด และ สหกิจศึกษา

3.1.1 สถานที่เรียน ใช้อาคารเรียนภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

3.1.2 อุปกรณ์การเรียนการสอน ใช้อุปกรณ์วิทยุการจัดการ

3.1.3 หอสมุดกลาง สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นแหล่งการศึกษาหาความรู้ และข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ในการเรียน การวิจัย ได้แก่ หนังสือภาษาไทยและต่างประเทศ จำนวน 54,997 รายชื่อ 112,518 เล่ม วารสารภาษาไทย จำนวน 442 รายชื่อ วารสารภาษาต่างประเทศ จำนวน 40 รายชื่อ ข้อมูลอื่นๆ ข้อมูลสำเร็จรูป ซีดีรอม ข้อมูลจากวิดีโอเพื่อการศึกษา การสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ผ่านเครือข่าย Internet

3.1.4 ห้องโสตทัศนอุปกรณ์และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ และของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ในฝึกปฏิบัติทักษะทางด้านเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด และการศึกษาหาความรู้ข้อมูลต่าง ๆ ประกอบการเรียนการสอน

3.2 สภาพแวดล้อม

จัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในมหาวิทยาลัยให้ถูกสุขลักษณะและมีความปลอดภัย

3.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนที่สำคัญของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คือ การให้นักศึกษาได้เข้าร่วมประกวด และแข่งขัน การเขียนแผนการตลาดกับสถานประกอบการที่มีโครงการมาเสนอมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นวิธีฝึกให้นักศึกษาได้เรียนรู้และมีทักษะในการคิดแผนงานจริง และสามารถนำเสนอออกมาได้อย่างน่าสนใจ รวมทั้งการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศทั้งห้องสมุดและอินเทอร์เน็ตและสื่อการสอนสำเร็จรูป เช่น วัสดุทัศนศึกษาการ e-learning รวมถึงสื่อการสอนที่จัดเตรียมโดยผู้สอน เป็นต้น

4. การบริหารอาจารย์ของหลักสูตร

การแต่งตั้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์พิเศษนั้น หลักสูตรได้กำหนดคุณสมบัติของอาจารย์ ประสบการณ์การสอนและงานวิจัย คุณวุฒิตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตรที่เปิดสอน และมีคุณสมบัติสอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ดังนี้

4.1 การรับอาจารย์ใหม่

คณบดีเป็นผู้กำกับดูแลจำนวนอาจารย์เพื่อให้มีสัดส่วนนักศึกษาต่ออาจารย์เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา โดยจะต้องระบุคุณสมบัติประสบการณ์ของอัตราอาจารย์ใหม่ หรืออัตราอาจารย์ทดแทน

มีระบบการคัดเลือกที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสามารถดำเนินการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย จัดให้มีการปฐมนิเทศ เพื่อให้ทราบถึงนโยบาย ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของคณะมหาวิทยาลัย หลักสูตรและวัตถุประสงค์ทางการจัดการศึกษา ระเบียบปฏิบัติ แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางด้านวิชาการและวิชาชีพ รวมทั้งการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้บริหารหลักสูตร จัดให้มีการพัฒนาความรู้และทักษะแก่อาจารย์ให้ตรงความต้องการของคณะ เพื่อให้อาจารย์สามารถปฏิบัติงานในภารกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้การสนับสนุนกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาอาจารย์ในทุกรูปแบบภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร ดังนี้

การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน เช่น มีระบบอาจารย์พี่เลี้ยง อบรมวิธีการสอน การเขียนบทความทางวิชาการ การทำวิจัย การจัดทำประมวลการสอนรายวิชา การผลิตสื่อ ตำรา การสัมมนา เป็นต้น

การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น เช่น การให้การศึกษาดูงาน การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตผลงานทางวิชาการเพื่อการขอตำแหน่งทางวิชาการ ให้ทุนการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น และเป็นสาขาวิชาที่คณะต้องการหรือมีความจำเป็นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผนการติดตามและทบทวนหลักสูตร

คณาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และผู้สอน มีการประชุมร่วมกันในการวางแผนจัดการเรียนการสอน การประเมินผล และให้ความเห็นชอบการประเมินผลทุกรายวิชา เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเตรียมไว้สำหรับการปรับปรุงหลักสูตร ตลอดจนปรึกษาหารือหรือแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตร และได้บันทึกเป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี

4.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ

สัดส่วนอาจารย์ต่อนักศึกษาเต็มเวลาเทียบเท่า ให้เป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา ระดับอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

สำหรับการแต่งตั้งอาจารย์พิเศษของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จะต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ตรงในด้านการตลาด หรือมีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท เนื่องจากอาจารย์พิเศษจะเป็นผู้ถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติให้นักศึกษา

5. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

5.1.1 จัดให้มีการปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ แนะนำให้มีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในรายวิชา

5.1.2 ชี้แจงปรัชญา วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของหลักสูตร มอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น รายละเอียดหลักสูตร คู่มือการศึกษาและหลักสูตร คู่มืออาจารย์ กฎระเบียบต่าง ๆ

5.1.3 อบรมเทคนิควิธีการสอน การใช้สื่อ การวัดประเมินผล การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน การจัดทำรายละเอียดรายวิชาและแผนการสอน

5.1.4 จัดให้มีอาจารย์พี่เลี้ยงเพื่อช่วยเหลือและให้คำแนะนำปรึกษา

5.1.5 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ การฝึกอบรม การศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศ / ต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

6. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

6.1 การพัฒนาความรู้และทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

6.1.1 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ การฝึกอบรม การศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศ / ต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

6.1.2 การเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัย

6.2 การพัฒนาทางวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

6.2.1 การอบรมพัฒนาความรู้ทางด้านการตลาด กับองค์กรวิชาชีพ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการเรียนการสอนที่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน

6.2.2 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม

6.2.3 การส่งเสริมสนับสนุนอาจารย์ทำผลงานทางวิชาการ การทำวิจัย

6.2.4 การส่งเสริมสนับสนุนอาจารย์ให้ศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก

7. ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิการศึกษา / สาขาวิชา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
1	นางสาวฤดีวรรณ ยิ่งยง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ)	บธ.ม. (การตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, ไทย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, ไทย	2550 2545
2	นางจิตติมา สิงหธรรม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ อนุสาขาวิชา การตลาด)	บธ.ม. (การตลาด) กศ.บ. ธุรกิจศึกษา (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ไทย	2543 2531
3	นางสาวธัญญาณี นิยมกิจ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ อนุสาขาวิชา การตลาด)	MBA. (Management) บธ.บ.บริหารธุรกิจ (การตลาด)	Youngstown State University, USA มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ไทย	2540 2536
4	นางสาวบุษรา บรรจงการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ)	บธ.ม. (กลุ่มวิชาการตลาด) บธ.บ. (การบริหารงานบุคคล) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ไทย มหาวิทยาลัยบูรพา, ไทย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ไทย	2545 2539 2550
5	นายศตวรรษ ทิพย์ใส	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ)	บธ.ม. (การตลาด) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, ไทย มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ไทย	2548 2540

8. ชื่อ สกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

8.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ / สาขาวิชา / สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ตำแหน่งวิชาการ	ภาระการสอน (ชม./สัปดาห์)				
				2568	2569	2570	2571	2572
1.	นางสาวฤดีวรรณ ยิ่งยง	บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (2550) บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (2545)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ)	12	12	12	12	12
2.	นางจิตติมา สิงหธรรม	บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2543) กศ.บ. ธุรกิจศึกษา (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2531)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ อนุสาขาวิชา การตลาด)	12	12	12	12	12
3.	นางสาวชญัญญาณี นียมกิจ	MBA. (Management) Youngstown State University, USA (2540) บธ.บ.บริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2536)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ อนุสาขาวิชา การตลาด)	12	12	12	12	12
4.	นางสาวบุษรา บรรจงการ	บธ.ม. (กลุ่มวิชาการตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2545) บธ.บ. (บริหารงานบุคคล) มหาวิทยาลัยบูรพา (2539) บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2550)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ)	12	12	12	12	12
5.	นายศตวรรษ ทิพย์ใส	บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร (2548) บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2540)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ)	12	12	12	12	12

8.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับ	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	คุณวุฒิ
1	รองศาสตราจารย์	นายธงชัย ศรีเบญจโชติ	วท.ม. (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2544 ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2537
2	รองศาสตราจารย์	นางสาวสุรีย์พร พานิชอัตรา	วท.ม. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2540 ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัย กรุงเทพ 2538
3	รองศาสตราจารย์	นางวัชรินทร์ อรรถศรีวร	บธ.ม. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2551 บธ.บ. ธุรกิจศึกษา (การบัญชี) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 2543
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวนภดล แสงแข	Ph.D. (Human Resource Management) Kingston University U.K. 2557 M.B.A. (Finance) National University U.S.A. 2540 วท.บ. (คณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง 2536
5	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาววราภรณ์ ศรีบัณฑิต	บธ.ม. (การบัญชีการเงิน) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2539 บธ.บ. (การบัญชี) เกียรตินิยมอันดับ1 มหาวิทยาลัยรังสิต 2537
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางฉวี สิงหาด	บช.ม. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2547 บธ.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ 2537
7	อาจารย์ดร.	นิศารัตน์ แสงแข	ปร.ด. การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2561 BMTM.ศบ. Tourism Management Victoria University, Australia 2546 การออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยรังสิต 2538

ลำดับ	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	คุณวุฒิ
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวกัลยรัตน์ เจียมโฆสิต	กจ.ด. (การจัดการธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2555 บธ.ม. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2544 บธ.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2540
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายยุทธนา พรรคอนันต์	บธ.ม. การบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร 2549 บธ.บ. การบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2538
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายณรงค์ อนุพันธ์	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2542 วท.บ. (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2533
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายธนภ จิตรแจ้ง	บธ.ม. มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2546 บธ.บ. (การเงินการธนาคาร) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2540
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวกฤษณา ถนอมธี ระนันท์	บธ.ม. (การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2545 บธ.บ. (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2550 ศศ.บ. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 2542
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางเพ็ญศิริ สมารักษ์	ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยขอนแก่น 2546 ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2552 บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2548 วท.บ. (เทคโนโลยีการผลิตพืช) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี สุรนารี 2542
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายพิศิษฐ์ ชัยสุวรรณถาวร	ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2546 ศ.บ. (ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2542
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวนันทกัต บุรขจรกุล	ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว)

ลำดับ	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	คุณวุฒิ
			มหาวิทยาลัยนเรศวร 2551 บธ.บ. (การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2557 บธ.บ. (การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2548
16	อาจารย์	นายนิพนธ์ วุฒิชัย	บธ.ม. (การเงินการธนาคาร) มหาวิทยาลัยสยาม 2539 วท.บ. (สัตวศาสตร์) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบางพระ 2536
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวภานิตา โพธิ์แก้ว	กจ.ม. (การจัดการทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยบูรพา 2552 รป.บ. (การบริหารทั่วไป) มหาวิทยาลัยบูรพา 2550
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายชัยวิทย์ ธีระวัฒน์รุ่งพงศ์	วท.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 2548 วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขตลพบุรี 2543
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางเอมอร หวานเสนาะ	วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจเกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2547 บธ.บ. (การเงิน) เกียรตินิยมอันดับสอง มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2545
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช	กจ.ม. (การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) มหาวิทยาลัยบูรพา 2552 วท.บ. (สัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร) มหาวิทยาลัยศิลปากร 2548
21	อาจารย์ ดร.	นางรมิดา กาญจนะวงศ์	ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยบูรพา 2560 บธ.ม. (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2550 ศศ.บ. (บริหารทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 2542
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายศักดิ์ดา อ่างวัฒนกิจ	วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยบูรพา 2551

ลำดับ	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	คุณวุฒิ
			คอ.บ. (เทคโนโลยีการวัดคุมทางอุตสาหกรรม) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง 2542
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางปัญญาณัฐ ศิลาลัย	ปร.ด. (การจัดการสาธารณสุข) มหาวิทยาลัยบูรพา 2559 บธ.ม. (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2546 บธ.บ. (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2550 บช.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยสยาม 2541
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.	นางสาวพัชรินทร์ บัวเย็น	ปร.ด. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) สถาบันเทคโนโลยีพระ จอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2565 วท.ม. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) สถาบันเทคโนโลยีพระ จอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2551 วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) สถาบันราชภัฏลำปาง 2542
25	อาจารย์	นายต่อสันต์ พิพัฒน์สุทธิ	วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี มหานคร 2550 ค.บ. (คอมพิวเตอร์ศึกษา) สถาบันราชภัฏรำไพพรรณี 2540
26	อาจารย์	นางสาวเปรมปรีดา ทองลา	บธ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยขอนแก่น 2555 ศศ.บ. (การท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 2553
27	อาจารย์	นายอนุพล สิงขรเขตต์	คอ.ม. (เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 2555 คอ.บ. (เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 2552
28	อาจารย์	นางสาวอลิษา ประสมผล	บช.ม (การบัญชี) มหาวิทยาลัยบูรพา 2562 บช.บ (การบัญชี) มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 2556

ลำดับ	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	คุณวุฒิ
29	อาจารย์	นางสาวลักขณา ธรรมสุภา พงศ์	ปริญญาตรี บธ.บ.การเงินการธนาคาร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกียรตินิยมอันดับ2) (2541) ปริญญาโท Master Degree of Accounting and Financial Management (MAFM) Keller Graduate School of Management, DeVry University, Chicago, USA. (2547)
30	อาจารย์	นางสาวจิตา ชัยวิบูลย์ผล	ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2564 ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2561
31	อาจารย์	นางธวัลยา เจริญถ่องแท้	บธ.ม. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2551 ป.วค. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2543 บธ.บ. (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2536
32	อาจารย์ ดร.	นางสาวกรุณา สุขมภู	Ph.D. in Human Resource Development (International Program) Burapha University 2565 M.A. in Human Resource Development (International Program) Burapha University 2559 กศ.บ. การสอนภาษาต่างประเทศ (ภาษาญี่ปุ่น) มหาวิทยาลัยบูรพา 2556

หมวดที่ 6 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา แผนการรับนักศึกษา และงบประมาณ

1.คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

ผู้ที่เข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จะต้องสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่าจากสถาบันที่กระทรวงศึกษาธิการรับรองหรือให้เป็นไปตามที่สภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีกำหนด โดยมีวิธีการคัดเลือกผู้เข้าศึกษา 2 วิธี คือ

- 1) รับตรงโดยพิจารณาจากผลการเรียนและ/หรือความสามารถพิเศษ
- 2) การคัดเลือกจากเกณฑ์การคัดเลือกของมหาวิทยาลัย

2.ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

- 1) นักศึกษาแรกเข้ามีคุณวุฒิที่แตกต่างกัน เช่น สำเร็จการศึกษาสายอาชีพและสายสามัญ เป็นต้น
- 2) นักศึกษาแรกเข้ามีปัญหาเกี่ยวกับการปรับตัวการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยรวมทั้งทักษะด้านภาษาอังกฤษ ด้านคณิตศาสตร์ ด้านคอมพิวเตอร์ ด้านการเขียน และขาดเป้าหมายของการศึกษา
- 3) นักศึกษาแรกเข้ามีพื้นฐานความรู้ที่แตกต่างกัน

3.กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

- 1) จัดอบรมด้านภาษาอังกฤษ คอมพิวเตอร์ เพื่อปรับพื้นฐานความรู้แก่นักศึกษาแรกเข้า
- 2) จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษารุ่นพี่รุ่นน้อง
- 3) จัดอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำแก่นักศึกษาแรกเข้าเมื่อมีปัญหาในการปรับตัว และปัญหาการเรียน

4.แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

4.1 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ปีที่	ปีการศึกษา				
	2568	2569	2570	2571	2572
1	60	60	60	60	60
2	-	60	60	60	60
3	-	-	60	60	60
4	-	-	-	60	60
รวม	60	120	180	240	240
จำนวนนิสิตที่คาดว่าจะจบ	-	-	-	60	60

5. งบประมาณ

รายการ	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570	ปี 2571	ปี 2572
งบประมาณรายรับ					
ค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาจ่าย	1,440,000	2,880,000	4,320,000	5,760,000	5,760,000
รวมทั้งสิ้น	<u>1,440,000</u>	<u>2,880,000</u>	<u>4,320,000</u>	<u>5,760,000</u>	<u>5,760,000</u>
งบประมาณรายจ่าย					
งบบุคลากร	-	-	-	-	-
งบดำเนินการ	360,000	720,000	1,080,000	1,440,000	1,800,000
งบลงทุน	-	-	-	-	-
งบอุดหนุน	-	-	-	-	-
งบรายจ่ายอื่นๆ	-	-	-	-	-
รวมทั้งสิ้น	<u>1,080,000</u>	<u>2,160,000</u>	<u>3,240,000</u>	<u>4,320,000</u>	<u>3,960,000</u>

- ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิตตามหลักสูตร 24,000 บาท/ปี/คน

หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1. กฎ ระเบียบ หรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 โดยใช้ระบบการให้คะแนนแบบมีค่าระดับชั้น และแบบไม่มีค่าระดับชั้น ดังนี้

1.1 ระดับค่าคะแนน แบ่งเป็น 8 ระดับ

ระดับการประเมิน	ความหมายของผลการศึกษา	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	4.0
B ⁺	ดีมาก (Very Good)	3.5
B	ดี (Good)	3.0
C ⁺	ดีพอใช้ (Fairly Good)	2.5
C	พอใช้ (Fair)	2.0
D ⁺	อ่อน (Poor)	1.5
D	อ่อนมาก (Very Poor)	1.0
F	ตก (Fail)	ไม่คิดค่าระดับคะแนน

กรณีที่สอบตกในรายวิชาเลือก สามารถเปลี่ยนไปเลือกวิชาเลือกอื่นแทนได้ ส่วนการประเมินรายวิชาที่เกี่ยวกับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือรายวิชาสหกิจศึกษา ถ้าได้ระดับคะแนนต่ำกว่า “C” ถือว่าสอบตก ต้องลงทะเบียนเรียนใหม่ ถ้าได้รับการประเมินต่ำกว่า “C” เป็นครั้งที่สอง ถือว่าหมดสภาพการเป็นนักศึกษา

1.2 ระบบไม่มีระดับค่าคะแนน กำหนดสัญลักษณ์การประเมินดังนี้

ระดับการประเมิน	ความหมายของผลการศึกษา
PD	ผ่านดีเยี่ยม (Pass with Distinction)
P	ผ่าน (Pass)
NP	ไม่ผ่าน (Not Pass)

ระบบในข้อ 1.2 นี้ ใช้สำหรับประเมินผลรายวิชาที่หลักสูตรบังคับให้เรียนเพิ่มตามข้อกำหนดเฉพาะ และรายวิชาที่สภามหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนเพิ่ม แต่การลงทะเบียนเรียนต้องเป็นไปตามลำดับวิชาที่แต่ละหลักสูตรกำหนด

รายวิชาที่เป็นวิชาบังคับและได้ผลประเมิน “F” และ “NP” นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้

สัญลักษณ์อื่น มีดังนี้

- | | |
|----------------|--|
| AU (Audit) | ใช้สำหรับการลงทะเบียนเพื่อร่วมฟังโดยไม่นับหน่วยกิต |
| W (Withdraw) | ใช้สำหรับบันทึกหลังจากนักศึกษาขอถอนรายวิชานั้นก่อนกำหนดสอบปลายภาคไม่น้อยกว่า 2 สัปดาห์ หรือตามประกาศของมหาวิทยาลัย และในกรณีนักศึกษาลาพัก หรือถูกสั่งพักการศึกษาหลังจากลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนนั้นแล้ว |
| I (Incomplete) | ใช้สำหรับบันทึกการประเมินที่ไม่สมบูรณ์ในรายวิชาดังต่อไปนี้
(1) นักศึกษายังปฏิบัติงานซึ่งเป็นส่วนประกอบการศึกษาวิชานั้นยังไม่สมบูรณ์
(2) นักศึกษาขาดสอบเพราะป่วย หรือมีเหตุสุดวิสัยและได้รับอนุมัติจากคณบดี นักศึกษาที่ได้ “I” ในรายวิชาใด ให้อาจารย์ผู้สอนรายงานผลการสอบในภาคการศึกษาถัดไปที่นักศึกษามีสิทธิ์ลงทะเบียนเรียน หากพ้นกำหนดดังกล่าว มหาวิทยาลัยจะเปลี่ยนผลการเรียนจาก “I” เป็น “F” |

2. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ใช้เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

- 2.1 ต้องลงทะเบียนเรียนให้มีจำนวนหน่วยกิตครบตามโครงสร้างหลักสูตรที่กำหนดไว้ในเล่มหลักสูตรของสาขาวิชานี้
- 2.2 ต้องไม่มีภาระหนี้สินกับทางมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- 2.3 นักศึกษาต้องบรรลุผลลัพท์ที่คาดหวังของหลักสูตร
- 2.4 เป็นไปตาม ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.

2566

หมวด 8 การสำเร็จหลักสูตรและการเสนอให้ได้รับปริญญา

ข้อ 47. ในภาคเรียนสุดท้ายที่นักศึกษาจะสำเร็จการศึกษาจะต้องยื่นคำร้องขอจบการศึกษาที่กองบริการการศึกษา

ข้อ 48. นักศึกษาภาคปกติที่สำเร็จการศึกษาต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

- 48.1 มีความประพฤติดีตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 48.2 สอบได้รายวิชาต่าง ๆ ครบตามหลักสูตรและเงื่อนไขของหลักสูตร
- 48.3 ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00

48.4 ผ่านการประเมินการร่วมกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยกำหนด

48.5 ผ่านการทดสอบการประเมินความรู้และทักษะพื้นฐานที่จำเป็นตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

48.6 มีเวลาเรียน สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ไม่ต่ำกว่า 4 ภาคการศึกษาปกติ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี ไม่ต่ำกว่า 6 ภาคการศึกษาปกติ

ทั้งนี้ การสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรื่องมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชานั้น ๆ

ข้อ 49. นักศึกษาภาคพิเศษที่สำเร็จการศึกษาต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนทุกข้อ ดังนี้

49.1 คุณสมบัติตามข้อ 48.1 , 48.2 และ 48.3

49.2 มีเวลาเรียน สำหรับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ไม่ต่ำกว่า 6 ภาคการศึกษา สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี ไม่ต่ำกว่า 9 ภาคการศึกษาปกติ

ทั้งนี้ การสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรื่องมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชานั้น ๆ

ข้อ 50. นักศึกษาที่เรียนได้จำนวนหน่วยกิตครบตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ได้คะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ถึง 2.00 ให้เลือกเรียนรายวิชาเพิ่มเติมเพื่อปรับระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้ถึง 2.00 จึงจะสำเร็จการศึกษา

ข้อ 51. นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี ที่จะได้รับการเสนอให้ได้รับเกียรติคุณ จะต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามเกณฑ์ ดังนี้

51.1 ผู้ที่จะได้รับเกียรติคุณอันดับ 1 ต้องสอบได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากระดับอนุปริญญาตรีหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือประกาศนียบัตรอื่นใดที่เทียบเท่าจากสถาบันเดิม ไม่น้อยกว่า 3.60 และเรียนครบตามหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากการศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ไม่น้อยกว่า 3.60

ผู้ที่จะได้รับเกียรติคุณอันดับ 2 ต้องสอบได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากระดับอนุปริญญาตรีหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือประกาศนียบัตรอื่นใดที่เทียบเท่าจากสถาบันเดิม ไม่น้อยกว่า 3.25 และเรียนครบตามหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากการศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ไม่น้อยกว่า 3.25

ทั้งนี้ นักศึกษาที่จะได้รับการเสนอให้ได้รับเกียรติคุณจะต้องมีคุณสมบัติตามข้อ 51.2 และ 51.3 ด้วย

51.2 สอบได้ในรายวิชาใด ๆ ไม่ต่ำกว่า C ตามระบบค่าระดับคะแนน หรือไม่ได้ NP ตามระบบไม่มีค่าระดับคะแนน

51.3 นักศึกษาภาคปกติ มีเวลาศึกษาไม่เกิน 4 ภาคการศึกษาปกติสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ไม่เกิน 8 ภาคการศึกษาปกติสำหรับหลักสูตร 4 ปี และมีเวลาศึกษาไม่เกิน 10 ภาคการศึกษาปกติสำหรับหลักสูตร 5 ปี

นักศึกษาภาคพิเศษ มีเวลาศึกษาไม่เกิน 8 ภาคการศึกษาสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) และไม่เกิน 14 ภาคการศึกษาสำหรับหลักสูตร 4 ปี

51.4 นักศึกษาไม่เคยได้รับผลการเรียน F หรือไม่เคยลงทะเบียนเรียนซ้ำกับรายวิชาใดรายวิชาหนึ่ง

ข้อ 52. ให้สภาวิชาการเป็นผู้อนุมัติการประเมินผลการศึกษาตามหลักสูตร

ข้อ 53. ปริญญาบัตรและใบแสดงผลการศึกษา ให้ระบุชื่อปริญญา ชื่อสาขาวิชา และชื่อวิชา ให้ตรงกับที่ระบุไว้ในเอกสารหลักสูตรฉบับที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษารับรอง

2.5 เป็นไปตาม เป็นไปตาม ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานการตัดคะแนนความประพฤตินักศึกษากระทำผิดกรณีต่าง ๆ พ.ศ. 2550

“ข้อ 6. นักศึกษาที่ถูกตัดคะแนนความประพฤติตามประกาศนี้ มีสิทธิอุทธรณ์ได้ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วย วินัยนักศึกษา พ.ศ. 2548 โดยอนุโลมและสามารถทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์เพื่อปรับปรุงคะแนนความประพฤติตามประกาศของมหาวิทยาลัยได้ โดยยื่นเรื่องขอปรับปรุงคะแนนความประพฤติที่กองพัฒนานักศึกษา”

ทั้งนี้ นักศึกษาผู้มีสิทธิยื่นคำร้องขอจบการศึกษาต้องมีคะแนนความประพฤติครบ 100 คะแนน

3. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

3.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

(1) แต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบ ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการประจำหลักสูตร และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหลักสูตร

(2) คณะกรรมการทวนสอบตรวจสอบประมวลการสอนรายวิชา หรือแผนการสอนรายวิชาใน แต่ละภาคเรียน เพื่อให้มั่นใจว่าผู้สอนหรือผู้รับผิดชอบรายวิชาได้ระบุประเด็นมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชานั้น รวมทั้งวิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา อย่างครบถ้วน สมบูรณ์ และสามารถปฏิบัติได้

(3) คณะกรรมการทวนสอบกำหนด/คัดเลือกรายวิชาทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในหมวดวิชาเฉพาะ และวิชาเลือกเสรีเพื่อทำการประเมินผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้กับนักศึกษา โดยใช้แบบประเมินผลการเรียนรู้เพื่อทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา

(4) คณะกรรมการทวนสอบประเมินคุณลักษณะมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา จากผู้ให้การฝึกหัดงาน ผู้ควบคุมการฝึกหัดงาน อาจารย์นิเทศงาน

3.2 การทวนสอบมาตรฐานการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การกำหนดกลวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา มุ่งเน้นการทำวิจัยสัมฤทธิ์ผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิตอย่างต่อเนื่อง และนำผลวิจัยที่ได้ย้อนกลับมาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน และหลักสูตรแบบครบวงจร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตรและหน่วยงานโดยองค์กรระดับสากล โดยการวิจัยอาจจะดำเนินการวิจัยสถาบัน หัวข้อ การติดตามภาวะการมีงานทำของบัณฑิต การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เช่น การวิจัยในชั้นเรียน การวิจัยเชิงสำรวจ หัวข้อ ความคิดเห็นของบัณฑิตที่มีต่อหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการพัฒนาอาจารย์ เป็นต้น

หมวดที่ 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐานหลักสูตร

มีการกำกับมาตรฐานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาและเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัย ดังนี้

- 1.1 มีการทบทวนเพื่อปรับปรุงเนื้อหาวิชาของหลักสูตรให้มีความทันสมัย หรือการเปิดวิชาใหม่ให้นักศึกษา
- 1.2 มีการทบทวนเพื่อปรับคำอธิบายรายวิชา ให้มีเนื้อหาครอบคลุมความรู้ใหม่
- 1.3 มีการกำกับดูแลการเปิดรายวิชาให้เป็นไปตามข้อกำหนดของหลักสูตร เพื่อให้นักศึกษาสำเร็จตามเวลาที่กำหนด โดยคณะกรรมการประจำหลักสูตร
- 1.4 มีการดำเนินการจัดทำและติดตาม มคอ.ของหลักสูตร ให้ดำเนินการตามแผนการบริหารจัดการหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ภาคการศึกษาต้น/ภาคการศึกษาปลาย โดยให้มีการกำกับติดตามโดยประธานหลักสูตร
- 1.5 มีการติดตามการจัดการเรียนการสอน และประเมินผลการเรียนให้เป็นไปตามรายละเอียดที่กำหนดไว้ในรายวิชา
- 1.6 มีการกำหนดแผนงาน การจัดทำงบประมาณและดำเนินการตาม 10 องค์ประกอบของ สกอ. และมีการจัดทำรายงานการประกันคุณภาพเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- 1.7 มีการจัดทำรายงานการประเมินตนเอง และเข้ารับการประเมินคุณภาพหลักสูตรตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด
- 1.8 มีการปรับปรุงหลักสูตรภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด เป็นไปตามกระบวนการปรับปรุงหลักสูตร

2. บัณฑิต

หลักสูตรได้มีการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2565 ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม ด้านคุณลักษณะบุคคล

- 2.1 บัณฑิตจะต้องได้รับการประเมินจากผู้ใช้บัณฑิตไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา โดยไม่นับรวมบัณฑิตที่มีอาชีพอิสระ
- 2.2 มีการรวบรวมข้อมูลการมีกรงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี ของบัณฑิต
- 2.3 นำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินตามข้อ 2.1 และ 2.2 มาใช้ประกอบเพื่อปรับปรุงคุณภาพหลักสูตรในคราวต่อไป

3. นักศึกษา

หลักสูตรมีกระบวนการส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา ดังนี้

- 3.1 การกำหนดเป้าหมายจำนวนรับนักศึกษา ให้สอดคล้องกับความต้องการและความพร้อมของอาจารย์ประจำหลักสูตร
- 3.2 กำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา โดยต้องมีเกรดเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.0
- 3.3 กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เข้าศึกษา โดยการสอบสัมภาษณ์
- 3.4 มีการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา
- 3.5 มีการควบคุมดูแลนักศึกษาโดยจัดอาจารย์ที่ปรึกษาประจำหมู่เรียนเพื่อให้คำปรึกษาด้านวิชาการและแนะแนวนักศึกษา
- 3.6 มีการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา นักศึกษาที่มีปัญหาด้านการเรียน
- 3.7 มีการจัดสรรงบประมาณเพื่ออบรมและพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 และทักษะอื่นที่จำเป็น รวมทั้งการศึกษาดูงานนอกสถานที่
- 3.8 มีการจัดโครงการและกิจกรรมเพื่อพัฒนานักศึกษาร่วมกับหน่วยงานภายนอก
- 3.9 มีการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาต่อหลักสูตร และการจัดการกับข้อร้องเรียนของนักศึกษา
- 3.10 มีระบบอาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาทุกคนต้องกำหนดชั่วโมงให้คำปรึกษา (Office Hours) เพื่อให้คำแนะนำทางวิชาการ และแผนการเรียนแก่นักศึกษา
- 3.11 คณะกรรมการประจำหลักสูตรทำหน้าที่ให้คำปรึกษา และร่วมพิจารณาในการเลือกสถานที่ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพแก่นักศึกษาในหลักสูตร
- 3.12 หลักสูตรให้บริการแหล่งข้อมูลข่าวสารในเรื่องของทุนการศึกษา แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งงาน ตลอดจนข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษา

4. อาจารย์

หลักสูตรมีกระบวนการบริหารและพัฒนาอาจารย์ ดังนี้

- 4.1 มีการวางแผนด้านอัตรากำลังในระยะยาวเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานหลักสูตร
- 4.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาอาจารย์ทั้งในด้านผลงานวิชาการและความรู้ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง
- 4.3 ได้รับงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาตนเองจากมหาวิทยาลัย
- 4.4 มีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ชัดเจน
- 4.5 มีการเสริมสร้างบรรยากาศทางวิชาการระหว่างอาจารย์ทั้งในหลักสูตรและนอกหลักสูตร
- 4.6 มีการวัดความพึงพอใจของอาจารย์ที่มีต่อหลักสูตร และนำผลที่ได้มาปรับปรุงกระบวนการบริหารและพัฒนาอาจารย์

4.7 นโยบายในการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมาร่วมสอนในบางรายวิชาที่ต้องการความเชี่ยวชาญเฉพาะหรือรายวิชาที่ต้องการผู้ที่มีประสบการณ์ ตลอดจนมีความรู้ความสามารถในรายวิชาที่จะแต่งตั้ง โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการในหลักสูตร เพื่อนำเสนอต่อคณะ และสภาวิชาการของมหาวิทยาลัย

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

- 5.1 มีการมอบหมายและกำหนดผู้สอนตามประสบการณ์
- 5.2 มีผู้รับผิดชอบรายวิชา และการประชุมเพื่อทบทวนและติดตามการจัดการเรียนการสอน
- 5.3 มีการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลายเหมาะสมกับเนื้อหาวิชาและสภาพผู้เรียน
- 5.4 มีการประเมินผู้เรียนตามสภาพจริงด้วยเครื่องมือที่เหมาะสม

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ประจำหลักสูตร พิจารณาถึงความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ทั้งความพร้อมทางกายภาพและความพร้อมของอุปกรณ์เทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกหรือทรัพยากรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ดังนี้

6.1 สถานที่และอุปกรณ์การศึกษา

ใช้อาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และแหล่งเรียนรู้/แหล่งฝึกงาน/สถานประกอบการ ในภาคตะวันออก สำหรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชี และ สหกิจศึกษา

- (1) สถานที่เรียน ใช้อาคารเรียนภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีและแหล่งความรู้อื่น
- (2) อุปกรณ์การเรียนการสอน ใช้ของคณะวิทยาการจัดการ
- (3) หอสมุดกลาง สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นแหล่งการศึกษาหาความรู้และข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ในการเรียน การวิจัย ได้แก่ หนังสือภาษาไทยและต่างประเทศ จำนวน 54,997 รายชื่อ 112,518 เล่ม วารสารภาษาไทย จำนวน 442 รายชื่อ วารสารภาษาต่างประเทศ จำนวน 40 รายชื่อ ข้อมูลอื่นๆ ข้อมูลสำเร็จรูป ซีดีรอม ข้อมูลจากวิดีโอเพื่อการศึกษา การสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ผ่านเครือข่าย Internet

(4) ห้องโสตทัศนอุปกรณ์และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ และของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ในฝึกปฏิบัติทักษะทางด้านเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในงานบัญชี และการศึกษาหาความรู้ข้อมูลต่าง ๆ ประกอบการเรียนการสอน

(5) ห้องปฏิบัติการวิชาชีพบัญชี เพื่อใช้ในการฝึกทักษะการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการจัดการเรียนการสอนทางการบัญชี

6.2 สภาพแวดล้อม

จัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในมหาวิทยาลัยให้ถูกสุขลักษณะและมีความปลอดภัย

6.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนที่สำคัญของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คือ การมุ่งมั่นให้นักศึกษาได้เรียนรู้ทฤษฎีและปฏิบัติรวมถึงการศึกษาดูงานจากสถานประกอบการให้เกิดความเข้าใจหลักการ วิธีการใช้งานที่ถูกต้องและมีทักษะในการใช้งานจริง รวมทั้งการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศทั้งห้องสมุดและอินเทอร์เน็ตและสื่อการสอนสำเร็จรูป เช่น วิกิทัศน์วิชาการ e-learning รวมถึงสื่อการสอนที่จัดเตรียมโดยผู้สอน เป็นต้น

หมวดที่ 9 ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร

1. ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดได้ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ. 2568 ให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 และ ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 เพื่อให้ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพครอบคลุมอย่างน้อย 4 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้านลักษณะบุคคล

ขั้นตอนการปรับปรุงหลักสูตร

1. ประชุมคณะกรรมการประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อเตรียมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 ณ ห้องประชุม ชั้น 2 คณะวิทยาการจัดการ อาคาร 37 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สาระสำคัญในการประชุมสรุปว่า ควรดำเนินการประชุมผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียและตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและกลุ่มผู้ใช้บัณฑิต ซึ่งได้ดำเนินการในวันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 ณ ห้องประชุมแก้ววิทยาการ ชั้น 2 คณะวิทยาการจัดการ นำมาวิเคราะห์กำหนดเป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 ต่อไป เพื่อให้สอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2565 โดยมหาวิทยาลัยได้จัดสรรงบประมาณสำหรับดำเนินโครงการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตร จำนวน 25,000 บาท และกำหนดจัดทำโครงการเพื่อดำเนินการพัฒนา/ปรับปรุง หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 ขึ้นในวันที่ 4 กันยายน 2566

2. ประชุมคณะกรรมการประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา เพื่อเตรียมการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

สาระสำคัญในการประชุมสรุปว่า ได้พิจารณาคัดเลือกกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ใช้บัณฑิต เพื่อดำเนินการเสนอแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 ต่อไป ตลอดจนให้กรรมการประจำหลักสูตรร่วมพิจารณากำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรตามข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสีย และดำเนินการปรับแก้ไขรายละเอียดเนื้อหาวิชาบางวิชาที่อยู่ในแผนการเรียนให้เหมาะสมกับการเรียนการสอน และช่วยกันทบทวนรายละเอียดในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

3. ประชุมคณะกรรมการประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อเตรียมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

สาระสำคัญในการประชุม สรุปว่า ได้ดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 ตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีที่

1253/2566 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ลงวันที่ 29 สิงหาคม 2566 และได้ร่วมกันจัดทำร่างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566 ตามรูปแบบของกองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และเตรียมความพร้อมก่อนการดำเนินการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในวันที่ 4 กันยายน 2566 ต่อไป

4. ดำเนินการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในวันที่ 6 กันยายน 2566 ณ ห้องประชุมชั้น 2 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชา คณาจารย์จากภายใน ผู้ใช้บัณฑิต

5. ประชุมสรุปผลการพัฒนาและวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ในวันที่ 6 กันยายน 2566 ณ ห้องประชุมชั้น 2 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สาระสำคัญสรุปว่า ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและคณะกรรมการฯ เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2566 พร้อมจัดทำรูปเล่มเพื่อให้เจ้าหน้าที่กองบริการการศึกษาได้ตรวจสอบความถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนด เพื่อนำเสนอสภาวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และนำเสนอสภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีต่อไป

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
<p>ด้านหลักสูตร</p> <p>1. ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดให้ เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติ และมาตรฐาน การศึกษาระหว่างประเทศ (Internation Education Standard : IES) สอดคล้อง กับความต้องการของชุมชน สังคม ท้องถิ่น และรองรับ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ไป</p>	<p>1. พิจารณากลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย จัดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการ ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จัดกิจกรรมการ ประชุมความคาดหวังผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำมาวิเคราะห์ สรุปเป็นผลการเรียนรู้ ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs)</p> <p>2. ศึกษาคุณสมบัติของบัณฑิตและ พัฒนาหลักสูตรตามกรอบมาตรฐาน คุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติและ มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ (Internation Education Standard : IES)</p> <p>3. พิจารณาความสอดคล้องของ รายละเอียดของผลลัพธ์การเรียนรู้ของ หลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs) กับมาตรฐาน</p>	<p>1. รายงานการดำเนินกิจกรรม การประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย</p> <p>2. รายงานความพึงพอใจด้าน ความรู้และทักษะปฏิบัติของ บัณฑิต คะแนนเฉลี่ยไม่น้อย กว่า 3.51</p> <p>3. อัตราการมีงานทำของบัณฑิต ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80</p> <p>4. รายงานผลการประเมิน หลักสูตร</p> <p>5. เอกสารการปรับปรุงหลักสูตร</p> <p>6. รายวิชาในหลักสูตรที่ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ของวิชาชีพ</p>

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	<p>คุณวุฒิระดับอุดมศึกษาเพื่อพัฒนา ผลลัพธ์การเรียนรู้ของแต่ละรายวิชา</p> <p>4. ติดตามการเปลี่ยนแปลงองค์ความรู้ ด้านการตลาดและบริหารธุรกิจรวมทั้ง ทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เพื่อ ประเมินความเหมาะสมของรายวิชา</p> <p>5. ติดตามประเมินอย่างสม่ำเสมอ</p> <p>6. ติดตามการเปลี่ยนแปลงความ ต้องการของผู้ใช้บัณฑิตของหลักสูตร</p> <p>7. ปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี</p>	
<p>ด้านอาจารย์และบุคลากร สายสนับสนุน</p> <p>1. พัฒนาศักยภาพของคณาจารย์ ให้มีประสิทธิภาพ</p>	<p>1. ส่งเสริมการพัฒนาอาจารย์อย่าง ต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำแผนพัฒนา บุคลากรของหลักสูตร และมีการ ติดตามอย่างมีระบบ</p> <p>2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้คณาจารย์ มีการพัฒนาตนเองให้มีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ ในด้านการเรียนการสอนการบริการ วิชาการ และการวิจัย เพื่อให้เกิด ความเข้มแข็งทางวิชาการและ วิชาชีพเพื่อนำมาใช้ปรับปรุง คุณภาพการเรียนการสอน</p> <p>3. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้าง ผลงานทางวิชาการ งานวิจัย ที่มี คุณภาพ สามารถเผยแพร่ใน ระดับชาติและระดับนานาชาติ</p>	<p>1. แผนพัฒนาบุคลากรของ หลักสูตร</p> <p>2. อาจารย์ประจำหลักสูตร ได้รับ การสนับสนุนให้เข้าร่วม ประชุม อบรม สัมมนา หรือ ศึกษาดูงาน เพื่อพัฒนาตนเอง ในด้านการตลาด</p> <p>3. ผลการประเมินการสอนโดย นักศึกษา คะแนนไม่น้อยกว่า 3.51</p> <p>4. ปริมาณงานด้านการให้บริการ ทางวิชาการ การเข้ารับการ อบรม การสัมมนา และ การศึกษาต่อโดยอาจารย์ต้อง ได้รับการพัฒนาอย่างน้อย 1 ครั้งต่อคน ต่อปี</p> <p>5. จำนวนรายวิชาที่ส่งเสริม สนับสนุนการเรียนรู้ด้วย บทเรียนออนไลน์ (e-learning)</p>
<p>ด้านนักศึกษา</p> <p>1. พัฒนาส่งเสริมศักยภาพ นักศึกษาให้มีทักษะการ เรียนรู้ด้วยตนเองในด้าน อาชีพ ด้านการทำงานแบบมี</p>	<p>1. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพ นักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะ การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผ่าน การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร โครงการพัฒนานักศึกษา</p>	

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
มีส่วนร่วม พร้อมทั้งมีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21		
ด้านทรัพยากร และ/หรือสิ่งสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน 1. พัฒนาและปรับปรุงทรัพยากร และ/หรือสิ่งสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน	1. สำรวจความต้องการทรัพยากร และ/หรือสิ่งสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตร 2. จัดหาทรัพยากร และ/หรือสิ่งสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน	1. รายงานสรุปผลการสำรวจความต้องการทรัพยากร และ/หรือสิ่งสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตร 2. รายงานความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตรต่อทรัพยากร และ/หรือสิ่งสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน คะแนนไม่น้อยกว่า 3.51

3. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

3.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

กระแสโลกาภิวัตน์ และระบบการสื่อสารไร้พรมแดน ทำให้สังคมโลกมีความเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด ประชาชนจำนวนมากสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความรู้ต่างๆ ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว การไหลบ่าของกระแสวัฒนธรรมและทุนทางเศรษฐกิจส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป นำไปสู่การแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงขึ้น ส่งผลให้เงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการดำเนินชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงหลายประเทศต้องประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ปัญหาการว่างงาน ปัญหาหนี้ครัวเรือน เป็นต้น ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก

ประเทศไทยมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและสลับซับซ้อนของสถานการณ์โลก โดยการขับเคลื่อนนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นการพัฒนาเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) เพื่อใช้ในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ไปสู่การแข่งขันด้วยฐานขององค์ความรู้ การใช้นวัตกรรม สามารถกระจายโอกาสในการพัฒนาอย่างทั่วถึงและค้ำถึงสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะทำให้รับมือกับกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงในระดับโลกได้คือทุนทรัพยากรมนุษย์ที่ต้องมีความพร้อม การพัฒนาประเทศตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2570) ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้เป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิตในศตวรรษที่ 21 ดังที่ได้กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ โดยมีกลไกสำคัญในการแปลงยุทธศาสตร์ชาตินำมาใช้ในทางปฏิบัติคือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ซึ่งได้ความ

มุ่งหวังในการพัฒนาผู้ประกอบการ ภาคธุรกิจ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไว้ในหมวดหมู่ที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ และหมวดหมู่ที่ 12 กำลังคนที่มีสมรรถนะสูง ประเทศไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต

3.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ของประเทศไทย ส่งผลให้ประเทศต้องประสบปัญหาแรงงานที่ลดน้อยลงและเกิดการขาดแคลนในเวลาต่อมา ทำให้มีการกำหนดทิศทางการผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศให้มีทักษะและสมรรถนะระดับสูง มีความสามารถเฉพาะทางมากขึ้น ส่วนแรงงานที่ไร้ฝีมือและมีทักษะต่ำจะถูกแทนที่ด้วยหุ่นยนต์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ มากขึ้น การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศอย่างเฉียบพลันส่งผลต่อปริมาณผลผลิตที่ต้องพึ่งพิงธรรมชาติ ก่อให้เกิดความจำเป็นต้องพัฒนาและการสร้างคนให้เปี่ยมไปด้วยความรู้ ทักษะ จริยธรรม และคุณลักษณะบุคคล เพื่อให้สามารถแข่งขันในยุคดิจิทัลได้

4. ผลกระทบจาก ข้อ 3.1 และ 3.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

4.1 การพัฒนาหลักสูตร

ในภาวะที่เศรษฐกิจและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรงทั้งภายในและภายนอกประเทศภายใต้ความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทางเทคโนโลยี กระตุ้นให้ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่การพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น การเข้าสู่สังคมสูงวัยที่ส่งผลต่อการลดลงของจำนวนแรงงานและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันไปบริโภคสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้เกิดความตื่นตัวในการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจซบเซาและมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาประเทศคือ การพัฒนาทุนมนุษย์ให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถทั้งทางวิชาการ มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล มีความสามารถในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มีความเข้าใจในปัญหาของสังคม มีความเป็นผู้นำที่ดีและเพียบพร้อมด้วยคุณธรรมอันดีงาม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับฐานธุรกิจที่ประเทศไทยมีความแข็งแรง สร้างนักบัญชีรุ่นใหม่ สามารถจัดทำบัญชีภายใต้สภาพแวดล้อมที่เป็นจริงได้อย่างเหมาะสม การจัดการศึกษาในปัจจุบันจึงต้องปรับเปลี่ยนให้ตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และแนวทางการพัฒนาของภาครัฐที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จึงได้ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2568 ให้เป็นหลักสูตรที่มีความทันสมัย โดยมุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะในศตวรรษ ที่ 21 เพื่อให้ได้ทั้งความรู้ และทักษะที่จำเป็นต้องใช้ในการดำรงชีวิต การประกอบธุรกิจ การตลาด และพัฒนาสื่อการตลาด และการสื่อสารการตลาด เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

4.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ได้กำหนดพันธกิจในการดำเนินงาน 6 ประการดังนี้

4.2.1 ผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะสูง มีคุณธรรม จริยธรรมและมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ

4.2.2 เสริมสร้างบุคลากรให้มีความเข้มแข็งทางวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
วิชาชีพครู

4.2.3 วิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างความเป็นมหาวิทยาลัยที่เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจและสังคมใน
ภูมิภาคตะวันออก

4.2.4 ให้บริการทางวิชาการแก่สังคมทั้งภาคประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาครัฐ
ภาคธุรกิจเอกชน และองค์กรหรือสถาบันศาสนา

4.2.5 ทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นกับวิทยาศาสตร์และ
เทคโนโลยีใหม่

4.2.6 นำหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารจัดการบ้านเมืองเชิงบูรณาการที่ดีมาใช้ในการบริหาร
มหาวิทยาลัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้ดำเนินการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้อง
กับพันธกิจของมหาวิทยาลัย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในพันธกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตบัณฑิตและการพัฒนาคุณภาพ
บัณฑิตของมหาวิทยาลัย มุ่งเน้นให้นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีความเข้มแข็งทาง
วิชาการและ มีความรู้ความสามารถรอบด้าน มีคุณธรรม จริยธรรมและมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ พัฒนาตนเอง
ได้ตามศักยภาพ ตามผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร และปรัชญาของหลักสูตร คือ “ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และ
ทักษะการตลาดสมัยใหม่ สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและมีคุณธรรมจริยธรรม” โดยส่งเสริมการเรียนรู้ภายใต้
ข้อจำกัดของผู้เรียนเป็นรายบุคคล ส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน
ท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน

5. การประเมินความพึงพอใจหลักสูตรในภาพรวม

5.1 ประเมินจากนักศึกษาและบัณฑิต

(1) แต่งตั้งคณะกรรมการประเมิน/ปรับปรุงหลักสูตรที่ประกอบด้วยตัวแทนทุกกลุ่มวิชา ตัวแทน
ผู้เรียนปัจจุบัน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

(2) คณะกรรมการฯ การวางแผนการประเมิน/ปรับปรุงหลักสูตรอย่างเป็นระบบ

(3) ดำเนินการสำรวจข้อมูลเพื่อประกอบการประเมินหลักสูตรจากผู้เรียนปัจจุบันและจากผู้สำเร็จ
การศึกษาที่ผ่านการศึกษาในหลักสูตร

5.2 ประเมินจากผู้ใช้บัณฑิตหรือสถานประกอบการ

ติดตามบัณฑิตใหม่โดยสำรวจข้อมูลจากนายจ้าง และ หรือผู้บังคับบัญชาโดย แบบสอบถาม และการ
สัมภาษณ์

5.3 ประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือที่ปรึกษา

คณะกรรมการฯ สำรวจข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือที่ปรึกษา โดยใช้แบบสอบถาม และการ
สัมภาษณ์

คณะกรรมการฯ ทำการวิเคราะห์และประเมินหลักสูตรในภาพรวมและใช้ข้อมูลย้อนกลับของผู้เรียน ผู้สำเร็จการศึกษา ผู้ใช้บัณฑิต และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประกอบการประเมิน

6. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

หลักสูตรดำเนินการประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปี ตามรูปแบบการประเมินคุณภาพภายในระดับ หลักสูตร ตามเกณฑ์ ASEAN University Network Quality Assurance: AUN-QA

7. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุงหลักสูตรและแผนกลยุทธ์การสอน

หลักสูตรนำข้อมูลผลการประเมินคุณภาพภายใน ระดับหลักสูตร ตามเกณฑ์ ASEAN University Network Quality Assurance: AUN-QA ผลการประเมินการจัดการเรียนการสอนโดยนักศึกษา ข้อมูลจาก ผู้ประกอบการที่นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/ฝึกสหกิจศึกษา ผู้ใช้บัณฑิตมาเป็นข้อมูลในการทบทวน วางแผนปรับปรุงหลักสูตรและกลยุทธ์การสอน ต่อไป

ภาคผนวก ก

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชาศึกษาทั่วไปมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

1. ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (GELO) และกลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้
กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (GELO)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้
1. ด้านความรู้			
1.1 มีความรู้ความเข้าใจในแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และกระบวนการต่างๆ ตามสาระวิชา	GELO3 รู้เท่าทันสื่อ และสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานพร้อมทั้งแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ GELO4 สามารถสื่อสารภาษา และใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิงเหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน	1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยบูรณาการศาสตร์สาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อย่างเหมาะสม 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นทั้ง ทฤษฎี และปฏิบัติ เพื่อให้ผู้เรียน เกิดองค์ความรู้และทักษะต่างๆ	1) ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยเน้นการประเมินตามสภาพจริง และใช้วิธีการประเมินที่หลากหลาย เช่น การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบ การประเมินผลจากการนำเสนอผลงาน รายงาน หรือโครงการ 2) สังเกตพฤติกรรมการทำงานและการปฏิบัติตน
1.2 สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และกระบวนการต่างๆ	GELO3 รู้เท่าทันสื่อ และสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานพร้อมทั้งแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิงเหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน		

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม มาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตร (GELO)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้ พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้
1.3 สามารถวิเคราะห์ และจำแนกข้อเท็จจริง ตามแนวคิด หลักการ และทฤษฎีของสารวิชา	GELO3 รู้เท่าทันสื่อ และ สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการ ทำงานพร้อมทั้งแก้ปัญหาอย่าง สร้างสรรค์ GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถ ตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิง เหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน		
1.4 สามารถแสวงหา ความรู้ที่จำเป็นและ เพียงพอต่อการนำไป ปฏิบัติ ต่อยอดความรู้ ปรับใช้ความรู้	GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ และยอมรับ ความคิดเห็นที่แตกต่าง GELO3 รู้เท่าทันสื่อ และ สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการ ทำงานพร้อมทั้งแก้ปัญหาอย่าง สร้างสรรค์ GELO4 สามารถสื่อสารภาษา และใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม		
2.ด้านทักษะ			
2.1 สามารถใช้ทักษะ การเรียนรู้ การเรียนรู้ ด้วยตนเองในการปฏิบัติ ในการปรับปรุงพัฒนา	GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ และยอมรับ ความคิดเห็นที่แตกต่าง	1) จัดกิจกรรมการเรียนการ สอนที่เน้นการพัฒนาทักษะ การสื่อสาร การทำงานเป็น ทีม และความเป็นผู้นำ	1) ประเมินตามสภาพ จริงจากการปฏิบัติงาน 2) สังเกตการนำเสนอ งาน หรือผลงาน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม มาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตร (GELO)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้ พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้
งานเพื่อการประกอบ อาชีพ สำหรับการ ดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล	<p>GELO3 รู้เท่าทันสื่อ และ สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการ ทำงานพร้อมทั้งแก้ปัญหาอย่าง สร้างสรรค์</p> <p>GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถ ตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิง เหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน</p>	<p>2) มอบหมายงานให้ ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าจาก แหล่งเรียนรู้ต่างๆ</p> <p>3) ฝึกให้วิเคราะห์ สถานการณ์ปัจจุบันให้ เชื่อมโยงกับทฤษฎีและ เนื้อหาในบทเรียน</p>	
2.2 สามารถใช้ทักษะ การเรียนรู้ในการแก้ไข ปัญหาต่างๆ ได้	<p>GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ และยอมรับ ความคิดเห็นที่แตกต่าง</p> <p>GELO4 สามารถสื่อสารภาษา และใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม</p> <p>GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถ ตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิง เหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน</p>		
2.3 สามารถใช้ทักษะที่มี ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ที่นำไปสู่การพัฒนางาน เพื่อสร้างสรรค์องค์กรและ	<p>GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ และยอมรับ ความคิดเห็นที่แตกต่าง</p> <p>GELO4 สามารถสื่อสารภาษา</p>		

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม มาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตร (GELO)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้ พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้
สังคม	และใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถ ตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิง เหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน		
3.ด้านจริยธรรม			
3.1 แสดงความซื่อสัตย์ สุจริตอย่างสม่ำเสมอ	GELO1 มีคุณธรรมจริยธรรม และยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้องมีจิต สาธารณะ รู้จักปรับตัวให้เข้ากับ การเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ และยอมรับ ความคิดเห็นที่แตกต่าง GELO3 รู้เท่าทันสื่อ และ สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการ ทำงานพร้อมทั้งแก้ปัญหาอย่าง สร้างสรรค์ GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถ ตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิง เหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน	1) จัดกิจกรรมการเรียน การสอนที่สอดแทรก กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ความเป็นผู้มีคุณธรรม ศีลธรรม และจรรยาบรรณ 2) ให้ความสำคัญของการ มีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนด และความซื่อสัตย์ในการ ทำกิจกรรมหรืองานที่ มอบหมาย 3) ส่งเสริมให้ผู้เรียนจัด กิจกรรมหรือเข้าร่วม กิจกรรมทั้งในและนอก ห้องเรียน 4) เน้นเรื่องการแต่งกาย และการปฏิบัติตนให้ เหมาะสม ถูกต้องตาม ระเบียบข้อบังคับของ	1) สังเกตพฤติกรรมการ แต่งกายของนักศึกษา การปฏิบัติตน 2) ให้คะแนนการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตรง เวลา และการปฏิบัติตน ตามระเบียบข้อบังคับ ของมหาวิทยาลัย 3) ประเมินจากผลงาน ผลการปฏิบัติกิจกรรม โดยพิจารณาเฉพาะด้าน ที่แสดงออกถึงคุณธรรม จริยธรรม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม มาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตร (GELO)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้ พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้
3.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา และปฏิบัติตามระเบียบ ขององค์กร	GELO1 มีคุณธรรมจริยธรรม และยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้องมีจิต สาธารณะ รู้จักปรับตัวให้เข้ากับ การเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม GELO3 รู้เท่าทันสื่อ และ สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการ ทำงานพร้อมทั้งแก้ปัญหาอย่าง สร้างสรรค์	มหาวิทยาลัย	
3.3 มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม	GELO1 มีคุณธรรมจริยธรรม และยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้องมีจิต สาธารณะ รู้จักปรับตัวให้เข้ากับ การเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ และยอมรับ ความคิดเห็นที่แตกต่าง GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถ ตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิง เหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน		
3.4 รับฟังความคิดเห็น และเคารพสิทธิของผู้อื่น	GELO4 สามารถสื่อสารภาษา และใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง		

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม มาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตร (GELO)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้ พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้
เคารพสิทธิมนุษยชน	เหมาะสม		
4.ด้านลักษณะบุคคล			
4.1 มีความคิดเชิง ตรรกะ และสามารถ บริหารจัดการทุกสิ่งได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ และยอมรับ ความคิดเห็นที่แตกต่าง GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถ ตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิง เหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน	1) จัดกิจกรรมการเรียน การสอนที่เน้น กระบวนการกลุ่ม การ ทำงานแบบร่วมมือ หรือ Brainstorming 2) ส่งเสริมการอภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยจัดอภิปรายหรือเสวนา งานที่มอบหมายให้ศึกษา ค้นคว้า	1) สังเกตพฤติกรรมการ ทำงานกลุ่ม 2) ประเมินผลจาก ผลงาน การนำเสนองาน การอภิปรายแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น
4.2 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี กับเพื่อนร่วมงานใน องค์กรและบุคคลทั่วไป ได้เป็นอย่างดี	GELO4 สามารถสื่อสารภาษา และใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม		
4.3 มีความรับผิดชอบ ต่อตนเองและสังคม	GELO1 มีคุณธรรมจริยธรรม และยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้องมีจิต สาธารณะ รู้จักปรับตัวให้เข้ากับ การเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ และยอมรับ ความคิดเห็นที่แตกต่าง		

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม มาตรฐานคุณวุฒิ พ.ศ. 2565	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของหลักสูตร (GELO)	กลยุทธ์การสอนที่ใช้ พัฒนาการเรียนรู้	กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้
	GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถ ตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิง เหตุผล และนำความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน		
4.4 ต้องสามารถปรับตัว ทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งใน ฐานะผู้นำและผู้ตามได้	GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่าง มีประสิทธิภาพ และยอมรับ ความคิดเห็นที่แตกต่าง GELO4 สามารถสื่อสารภาษา และใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม		

2. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษาของหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
1. มีความรับผิดชอบ	- ส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรงต่อเวลาและส่งเสริม ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
2. มีคุณภาพ คุณธรรมและ จริยธรรม	- สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม มนุษยสัมพันธ์และการวางตัว ในสังคมให้เหมาะสมในกิจกรรมการเรียนการสอน
3. มีการศึกษาค้นคว้าและ เรียนรู้ด้วยตนเอง	- มอบหมายงานให้นักศึกษาได้สืบค้น รวบรวมข้อมูล และ สรุปผลการศึกษาเพื่อนำเสนอในชั้นเรียนหรือเป็นรูปเล่ม รายงานส่งผู้สอน
4. มีความสามารถและฉลาด ในการจัดการ	- มอบหมายงานให้นักศึกษาคิดวางแผน ลงมือปฏิบัติ สรุปผล การดำเนินงานและแก้ไขปรับปรุง

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

2.1 ด้านความรู้

ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) มีความรู้ความเข้าใจในแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และกระบวนการต่างๆ ตามสารวิชา
- 2) สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และกระบวนการต่างๆ
- 3) สามารถวิเคราะห์และจำแนกข้อเท็จจริงตามแนวคิด หลักการ และทฤษฎีของสารวิชา
- 4) สามารถแสวงหาความรู้ที่จำเป็นและเพียงพอต่อการนำไปปฏิบัติ ต่อยอดความรู้ ปรับใช้ความรู้

เพื่อการพัฒนางาน

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยบูรณาการศาสตร์สาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
อย่างเหมาะสม
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นทั้งทฤษฎีและปฏิบัติเพื่อให้ผู้เรียน
เกิดองค์ความรู้และทักษะต่างๆ
- 3) มอบหมายงานกลุ่มให้สืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับกรณีศึกษาและนำเสนอในชั้นเรียน

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยเน้นการประเมินตามสภาพจริง และใช้วิธีการประเมิน
ที่หลากหลาย เช่น การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบ การประเมินผลจากการนำเสนอผลงาน รายงานหรือโครงการ

- 2) สังเกตพฤติกรรมการทำงานและการปฏิบัติตน

2.2 ด้านทักษะ

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะ

1) สามารถใช้ทักษะการเรียนรู้ การเรียนรู้ด้วยตนเองในการปฏิบัติ ในการปรับปรุงพัฒนางาน เพื่อการประกอบอาชีพ สำหรับการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล

2) สามารถใช้ทักษะการเรียนรู้ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้

3) สามารถใช้ทักษะที่มีในการทำงานร่วมกับผู้อื่นที่นำไปสู่การพัฒนางาน เพื่อสร้างสรรค์องค์กรและสังคม

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะ

1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และความเป็นผู้นำ

2) มอบหมายงานให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ

3) ฝึกให้วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันให้เชื่อมโยงกับทฤษฎีและเนื้อหาในบทเรียน

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะ

1) ประเมินตามสภาพจริงจากการปฏิบัติงาน

2) สังเกตการนำเสนองาน หรือผลงาน

2.3 ด้านจริยธรรม

ผลการเรียนรู้ด้านจริยธรรม

1) แสดงความซื่อสัตย์สุจริตอย่างสม่ำเสมอ

2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และปฏิบัติตามระเบียบขององค์กร

3) มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

4) รับฟังความคิดเห็นและเคารพสิทธิของผู้อื่น เคารพสิทธิมนุษยชน

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านจริยธรรม

1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่สอดแทรกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้มีคุณธรรม ศีลธรรม และ จรรยาบรรณ

2) ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์ในการทำ กิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย

3) ส่งเสริมให้ผู้เรียนจัดกิจกรรมหรือเข้าร่วมกิจกรรมทั้งในและนอกห้องเรียน

4) เน้นเรื่องการแต่งกายและการปฏิบัติตนให้เหมาะสม ถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับของมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านจริยธรรม

1) สังเกตพฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษา การปฏิบัติตน

2) ให้คะแนนการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตรงเวลา และการปฏิบัติตนตามระเบียบข้อบังคับของ มหาวิทยาลัย

3) ประเมินจากผลงาน ผลการปฏิบัติกิจกรรมโดยพิจารณาเฉพาะด้านที่แสดงออกถึงคุณธรรมจริยธรรม

2.4 ด้านลักษณะบุคคล

ผลการเรียนรู้ด้านลักษณะบุคคล

- 1) มีความคิดเชิงตรรกะ และสามารถบริหารจัดการทุกสิ่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานในองค์กรและบุคคลทั่วไปได้เป็นอย่างดี
- 3) มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- 4) ต้องสามารถปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตามได้

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านลักษณะบุคคล

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นกระบวนการกลุ่ม การทำงานแบบร่วมมือ หรือ Brainstorming
- 2) ส่งเสริมการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยจัดอภิปรายหรือเสวนางานที่มอบหมาย

ให้ศึกษาค้นคว้า

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านลักษณะบุคคล

- 1) สังเกตพฤติกรรมการทำงานกลุ่ม
- 2) ประเมินผลจากผลงาน การนำเสนองาน การอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป					
1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร เรียน 9 หน่วยกิต					
1.1 กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ เลือกเรียนจำนวน 6 หน่วยกิต					
0166001 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน (K1,K4/S1/E2/C3)				✓	
0166002 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารตาม สถานการณ์ต่างๆ ในศตวรรษที่ 21 (K1,K4/S1/E2/C3)		✓		✓	
0166003 ภาษาอังกฤษเพื่อเสริมทักษะการเรียนรู้ (K1,K4/S1/E2/C3)		✓	✓	✓	✓
0166004 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมความพร้อมใน การประกอบอาชีพ		✓		✓	✓

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
(K1,K4/S1/E2/C3)					
0166005 ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ (K1/S1/E2/C2)			✓	✓	✓
1.2 กลุ่มวิชาภาษาไทยและภาษาอื่นเลือกเรียน จำนวน 3 หน่วยกิต					
0166006 ทักษะภาษาไทยเพื่อการสื่อสารร่วมสมัย (S1)		✓	✓	✓	
0166007 ทักษะภาษาเขมรเพื่อการสื่อสาร (S1)				✓	✓
0166008 ทักษะภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร (K1/S1/E2/C3)		✓		✓	
0166009 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ (S1)			✓	✓	✓
0166010 พื้นฐานภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ (K1)			✓	✓	✓

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เรียน 9 หน่วยกิต					
2.1 กลุ่มวิชามนุษย์ศาสตร์ จำนวน 3 หน่วยกิต					
0266001 สอนบ้านแก้วศึกษา (K1/S1/E1/C1)	✓	✓	✓		
0266002 จริยศึกษากับโลกยุคใหม่ (K1/S1/E1)	✓	✓	✓		
0266003 พลเมืองสีเขียว (E3)	✓	✓	✓		✓
0266004 การพัฒนาซอร์ฟสกีล (K2/S1/C2)	✓	✓	✓		✓
0266005 ทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อชีวิตและอาชีพ (S1/E1/C4)		✓	✓	✓	✓
0266006 ขับร้องเพลงสมัยนิยมและเพลงพื้นบ้าน ของจันทบุรี	✓	✓	✓		

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
(K4/S3/E4/C2)					
0266007 กระบวนการคิดในสังคมสมัยใหม่ (K4/E3/C1)	✓		✓		✓
0266008 การใช้ชีวิตด้วยจิตวิทยา (K2/S2/C3)	✓	✓	✓		✓
0266009 มนุษย์สัมพันธ์ K1/S3/C2		✓	✓		✓
0266010 ศิลปะการพูดและการนำเสนอ (K1/S1/E2/C2)			✓	✓	
0266011 การสื่อสารและรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล (K1/S1/E2/C4)	✓	✓	✓		✓
0266012 การออกแบบในชีวิตประจำวัน (K1/S1/E2/C3)	✓	✓	✓		✓
0266013 ศิลปะเพื่อความสุข (K4/S2)	✓	✓			✓

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
2.2 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ เรียน จำนวน 6 หน่วยกิต					
บังคับเรียน 3 หน่วยกิต					
0266014 ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (K1/S1/E1)	✓	✓	✓		✓
และเลือกเรียนจากวิชาต่อไปนี้อีก 3 หน่วยกิต					
0266015 การเมืองการปกครองไทย (K1/S2)	✓	✓			✓
0266016 การเรียนรู้ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (K4/C4)	✓	✓			✓
0266017 ความเป็นพลเมืองในระบอบ ประชาธิปไตยของไทย	✓	✓	✓		✓

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
(K1/S2/E3,E4/C3)					
0266018 จิตอาสากับการพัฒนาท้องถิ่น (K1/S1,S2,S3/E2,E3)	✓	✓	✓		✓
0266019 ภูมิคุ้มกันการทุจริต (K2/S1,S3/E2/C1)	✓				✓
0266020 วิถีไทยก้าวไกลสู่อาเซียน (K3/S1/E2/C1)	✓	✓			
0266021 เศรษฐกิจน่ารู้ในยุคดิจิทัล (K1/E3/C1)	✓	✓			✓
0266022 การบัญชีในชีวิตประจำวัน (K1/S1/E1)		✓	✓		✓
0266023 สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (K1/S1/E2/C4)	✓	✓	✓		
0266024 วิศวกรสังคม (K1/S3/E3/C3)	✓	✓	✓		✓

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
0266025 การเงินและความมั่งคั่ง (K1/S1/E2/C1)		✓			✓
0266026 ผู้ประกอบการวิถีนใหม่ (K1/S1/E2/C1)	✓		✓		✓
0266027 การจัดการองค์การและทุนมนุษย์ (K1/S1/E2/C4)		✓	✓	✓	✓
0266028 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น (K3/S1/C1)			✓	✓	✓
0266029 ชีวิตและความตาย (K1/S1/E1)	✓	✓			✓
3) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชา คณิตศาสตร์ เรียน 6 หน่วยกิต					
3.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เลือกเรียน จำนวน 3 หน่วยกิต					
0366001 การคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	✓		✓		✓

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
(K1,K2/S1/C1)					
0366002 การเกษตรตามแนวพระราชดำริ (K1/E2)	✓	✓			✓
0366003 อัญมณีและเครื่องประดับใน ชีวิตประจำวัน (K1/S1)		✓			✓
0366004 การใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล (K1/S1/C1)		✓	✓		✓
0366005 พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (K3/S1/C1)	✓	✓	✓		✓
0366006 พืชพรรณเพื่อสุขภาพ (K1,K4/S1)		✓	✓		✓
0366007 วิทยาศาสตร์กับปัญญาประดิษฐ์ (S2)	✓		✓		✓

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
0366008 สมาธิและคุณภาพชีวิต (K1,K2,K4/S1/E1,E4/C4)	✓	✓	✓	✓	✓
0366009 ผลประโยชน์แห่งชาติทางทะเล (K1)				✓	✓
0366010 เขตทางทะเล และการจัดการทรัพยากร ทางทะเลและชายฝั่ง (K1)				✓	✓
0366011 สุนทรียะการเกษตร (K1/S1/E2/C3)		✓	✓		✓
0366012 การพัฒนาชุมชนประมงแบบบูรณาการ (K1)		✓	✓	✓	
0366013 โลกของผลไม้ (K1)		✓			✓
0366014 เทคโนโลยีพื้นฐานด้านการถ่ายภาพและ ตกแต่งภาพ	✓		✓		

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
(K1,K4/S1/E2/C4)					
0366015 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน (K3/S1/E2)	✓		✓		
0366016 การสร้างเสริมสุขภาพและดูแลสุขภาวะ (K2/S2/E2/C2)	✓	✓	✓	✓	✓
3.2 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ เลือกเรียนจำนวน 3 หน่วยกิต					
0366017 การคิดและการตัดสินใจ (K2/S2/E3/C2)	✓	✓			✓
0366018 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน (K3/S1)	✓	✓			✓
0366019 การคิดเชิงเหตุผล (K2/S2)	✓	✓	✓	✓	✓
0366020 คณิตศาสตร์เพื่อฝึกทักษะทางปัญญา (K3/S2)	✓	✓			✓

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
 จำแนกตามรายวิชา กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (General Education Learning Outcomes : GELOs)				
	GELO1	GELO2	GELO3	GELO4	GELO5
0366021 การสำรวจความคิดเห็นและการนำเสนอ ข้อมูล (K1/E2/C3)		✓	✓		✓

5. ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELO)
เชื่อมโยงกับกับผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565	1. ด้านความรู้				2. ด้านทักษะ			3. ด้านจริยธรรม				4. ด้านลักษณะบุคคล			
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4
ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (GELO)															
GELO1 มีคุณธรรมจริยธรรมและยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้องมีจิตสาธารณะ รู้จักปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจและ สิ่งแวดล้อม								●	●	●				●	
GELO2 สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมี ประสิทธิภาพ และยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง				●	●	●	●	●		●		●		●	●
GELO3 รู้เท่าทันสื่อ และสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานพร้อม ทั้งแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์	●	●	●	●	●			●	●						
GELO4 สามารถสื่อสารภาษา และใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม	●			●		●	●				●		●		●
GELO5 มีทักษะชีวิต สามารถตัดสินใจโดยใช้ฐานคิดเชิงเหตุผล และ นำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	●	●	●		●	●	●	●		●		●		●	

ภาคผนวก ข
คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	9	หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ	6	หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา	หน่วยกิต
0166001	ภาษาอังกฤษพื้นฐาน Foundation English การฟัง การพูด การอ่าน และไวยากรณ์ภาษาอังกฤษในระดับพื้นฐาน Listening, speaking, reading and grammar at the basic levels.	3(2-2-5)
0166002	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารตามสถานการณ์ต่างๆ ในศตวรรษที่ 21 English for Communication through Various Situations in the 21 st Century การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารตามสถานการณ์ต่างๆ ใน ศตวรรษที่ 21 รวมทั้งคำศัพท์และการออกเสียงได้อย่างถูกต้องเหมาะสม Listening, speaking, reading and writing English for communication through various situations in the 21 st century including appropriate vocabulary and accurate pronunciation.	3(2-2-5)
0166003	ภาษาอังกฤษเพื่อเสริมทักษะการเรียนรู้ English for Study Skills การอ่านในชีวิตประจำวัน การอ่านเพื่อการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ และการอ่านเพื่อ การศึกษาด้วยตนเอง Reading for daily life context, online searching for information from various sources and reading for self-study purposes.	3(2-2-5)
0166004	ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพ English for Career Preparation การอ่านประกาศรับสมัครงาน การกรอกใบสมัครงาน การเขียนจดหมายสมัครงาน การเขียน ประวัติย่อ การสัมภาษณ์งาน การนำเสนองาน สำนวน วลี ประโยคที่ใช้ในการทำงานและการติดต่อกับงาน	3(2-2-5)

Reading job advertisements, filling out job application forms, writing job application letters, writing resumes, preparing for job interviews, giving presentations, expressions, phrases and sentences used in general work and social context.

0166005

ภาษาอังกฤษเพื่อวิชาชีพ

3(2-2-5)

English for Professional Purposes

พัฒนาทักษะและความสามารถทางภาษา จัดประสบการณ์ตรงในการเรียนภาษาที่ใช้จริงจากสื่อสิ่งพิมพ์ และแหล่งทรัพยากรออนไลน์เน้นชิ้นงานที่ผู้เรียนต้องบูรณาการทักษะทั้ง 4 ด้าน โดยให้ความสำคัญกับทักษะการอ่าน และการเขียน ในวิชาชีพ

Enhancing English skills and abilities, providing experience in using s of print media and online sources, creating work integrated four skills focusing on reading and writing in professional purposes.

1.2 กลุ่มวิชาภาษาไทยและภาษาอื่น

3 หน่วยกิต

รหัสวิชา

ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา

หน่วยกิต

0166006

ทักษะภาษาไทยเพื่อการสื่อสารร่วมสมัย

3(2-2-5)

Thai Skills for Contemporary Communication

การใช้ภาษาไทยในปัจจุบันเพื่อการสื่อสารยุคดิจิทัล ฝึกทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ตามอัตลักษณ์สาขาวิชาอย่างบูรณาการ ประยุกต์ใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารได้อย่างสอดคล้องเหมาะสมกับสื่อร่วมสมัยในทุกโอกาส

The usage of in the digital period, the integrated practice of listening, speaking, reading and writing skills based on identity of each field, the Thai usage for communication appropriately, harmoniously and occasionally with all the contemporary media.

0166007

ทักษะภาษาเขมรเพื่อการสื่อสาร

3(2-2-5)

Khmer Skills for Communication

ลักษณะทั่วไปของภาษาเขมร อักษรวิธีภาษาเขมร คำศัพท์และรูปประโยคพื้นฐาน โดยฝึกการฟังการพูด การอ่านและการเขียนเพื่อใช้สื่อสารในชีวิตประจำวันในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

General characteristics of Khmer Language, orthography of Khmer language basic words, sentences and basic Khmer grammar. and practicing listening and speaking for daily-life communication appropriate for various situations.

0166008	ทักษะภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร Chinese Skills for Communication	3(2-2-5)
	<p>ศึกษาระบบสัทอักษรภาษาจีน คำศัพท์ สำนวน ไวยากรณ์ภาษาจีนเบื้องต้น โดยฝึกการฟังและการพูดเพื่อใช้สื่อสารในชีวิตประจำวันในสถานการณ์ต่างๆ ให้เหมาะสมในบริบทสังคมและวัฒนธรรม</p> <p>A study of basic Chinese phonetic system, vocabulary and expressions and grammar system, and practicing listening and speaking for daily-life communication appropriate for various situations within the Chinese social and cultural context.</p>	
0166009	ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ Thai for Presentation	3(2-2-5)
	<p>หลักและศิลปะการพูดในที่ประชุมชน เพื่อพัฒนาทักษะการพูดในการนำเสนอ ตัดสินใจ และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีเหตุผล รวมทั้งเทคนิคการพูดโดยใช้วัจนภาษาที่สัมพันธ์กับวัจนภาษาอย่างลงตัวและเหมาะสม การพูดนำเสนอที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่หลากหลาย ทั้งในด้านวิชาการและวิชาชีพ</p> <p>Principles and arts of public speech, formation and development of speaking skill for presentation, decision making and immediate problem solving speaking technique using the verbal and nonverbal s simultaneously and appropriately, presentation conforming to the various situations including the academic and vocational matters.</p>	
0166010	พื้นฐานภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ Basic Thai for Foreigners	3(2-2-5)
	<p>ศึกษาหลักภาษาไทยพื้นฐาน ฝึกการออกเสียงพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ เรียนรู้คำศัพท์และสำนวนไทยในชีวิตประจำวัน ฝึกทักษะการฟังการพูดการอ่าน การเขียน เพื่อการสื่อสารเบื้องต้นในสถานการณ์ต่างๆ และเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสืบค้นข้อมูลในการพัฒนาทักษะภาษาไทยของตนเอง</p> <p>Studying the basic Thai principles, practicing pronunciation on consonants, vowels, tones, learning vocabulary and Thai expressions in daily life. Practicing listening, speaking, reading and writing for basic communication in various situations. Selecting information technology for the language skill development.</p>	
2.กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์		9 หน่วยกิต
	2.1 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา	หน่วยกิต
0266001	สวนบ้านแก้วศึกษา Suan Ban Kaew Study	3(3-0-6)

เรียนรู้และเข้าใจในประวัติศาสตร์เกี่ยวกับพิพิธภัณฑวังสวนบ้านแก้ว และพระราชประวัติของสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี พระบรมราชินี ในรัชกาลที่ 7 ผู้ทรงมีพระราชจริยวัตรด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความเป็นผู้นำ และมีพระราชกรณียกิจที่ทรงประกอบเพื่อพสกนิกรชาวจันทบุรี ในด้านต่างๆ อาทิ ด้านเกษตรกรรม ด้านหัตถกรรมด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจพอเพียง และดำเนินการวางแผน ออกแบบกิจกรรมเชิงบูรณาการด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน

Learning and understanding of the history of Suan Ban Kaew Palace and the royal biography of Her Majesty Queen Rambhai Barni, the Queen of His Majesty the King Rama VII. Royal activities for the people of Chanthaburi in various fields including agriculture, handicrafts, medicine, education, and sufficiency economy. Planning and designing of relevant integrated activities to serve life in the present age.

0266002

จริยศึกษากับโลกยุคใหม่

3(3-0-6)

Moral Education for the New World

เรียนรู้ความหมายของจริยศึกษา คุณธรรมจริยธรรม การนำหลักธรรมคำสอนทางศาสนา ปรัชญา มาตรฐานการตัดสินคุณค่าของชีวิตตามหลักจริยธรรมสากล การประยุกต์ใช้ การเป็นผู้นำ การบูรณาการ เพื่อพัฒนาชีวิตและสังคม และการฝึกปฏิบัติเพื่อเรียนรู้การเป็นจิตอาสา แนวทาง ผลกระทบในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของโลก

The meaning of ethics and morality applying the principles of religious teachings, philosophy, concepts of the development of their own lives, criteria for judging in life, applying and integrating self-development and practicing to be a volunteer. and impacting methods for resolving issues brought on by worldwide changes.

0266003

พลเมืองสีเขียว

3(2-2-5)

Green Citizen

การปลูกฝังจิตสำนึกของความเป็นพลเมือง บทบาทหน้าที่ของพลเมืองในสังคมไทย การปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น การปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะต่อโลกใบ และการฝึกปฏิบัติโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมยั่งยืนภายใต้นโยบาย SDG

To instill a sense of conscious citizen, role and function of citizens in Thai society. To develop the understanding of environmental awareness in the local community and global level. To implement an activity or a minor project relating to the issues of world environmental development under the SDGs policy.

0266004

การพัฒนาซอล์ฟสกีล

3(3-0-6)

Development of Soft Skill

ความหมายความสำคัญของซอล์ฟสกีล, ความฉลาดทางอารมณ์การคิดเชิงบวก ทักษะทางสังคม ทักษะการสื่อสาร การเจรจาต่อรองทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณความคิดสร้างสรรค์ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม จรรยาบรรณในการทำงานการบริหารเวลา และการแก้ปัญหา

Introduction to Soft Skills, Emotional Intelligence, Positive Thinking, Social Skills, Communication and Persuasion skills, Analytical and Critical Thinking Skills, Creativity Thinking Skills, Interpersonal Skills, Leadership and teamwork, Work ethics, Time management and Problem Solving.

0266005

ทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อชีวิตและอาชีพ

3(2-2-5)

Skills in the 21st Century for Living and Occupations

สืบค้น วิเคราะห์ห่อภิปรายแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (4Cs) ตามกรอบการเรียนรู้ทักษะจำเป็นเพื่อศตวรรษที่ 21 ร่วมกับการพิจารณาใคร่ครวญเพื่อการบูรณาการและประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพอย่างมีคุณภาพในศตวรรษที่ 21

Searches, analyses and discussion of concepts and theories related to learning and innovation skills based on framework for 21st century learning with consideration, for integrating and application for effective life and careers in 21st century.

0266006

ขับร้องเพลงสมัยนิยมและเพลงพื้นบ้านของจันทบุรี

3(2-2-5)

Singing Popular Songs and Chanthaburi Folk Songs

ศึกษาการร้องเพลงและฝึกปฏิบัติขับร้องบทเพลงสมัยนิยมและเพลงพื้นบ้านของจันทบุรี
Study singing and practice singing with popular songs and folk songs of Chanthaburi

0266007

กระบวนกรคิดในโลกยุคใหม่

3(3-0-6)

Mindset In the Modern World

แนวคิด การคิดขั้นพื้นฐาน การคิดขั้นสูง กระบวนกรคิดในสังคมสมัยใหม่ความคิดแบบเติบโต ความเข้าใจชีวิต ความสามารถในการเผชิญปัญหา และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกระบวนกรคิดให้สอดคล้องกับบริบทสังคมสมัยใหม่

Concept Basic thinking, Advanced thinking, Cognitive in modern society, Growth mindset, Understanding of life, Adversity skills, Change behavior cognitive conforms to the modern society.

0266008

การใช้ชีวิตด้วยจิตวิทยา

3(3-0-6)

Lifestyle Psychology

ความหมาย ความสำคัญ หลักการของทฤษฎีทางจิตวิทยาการรับรู้ รู้จักตนเองเข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่นและการปรับตัวสุขภาพจิต การจัดการความเครียด การสร้างความมั่นคงทางอารมณ์การใช้หลักการทางจิตวิทยาในการแก้ไขปัญหา ความรัก ความสุขและการค้นหาความสุขที่แท้จริงให้กับชีวิต

Introduction to Psychology, Principles of Psychology theories, Perception, Self-Awareness Understanding of others and Adaptation Mental health Stress Management, Establish Emotional Stability, Using psychology principles to solve problems, Love happiness and find for true happiness in life.

0266009

มนุษย์สัมพันธ์

3(3-0-6)

Human Relationships

ความหมายความสำคัญ หลักการของมนุษย์สัมพันธ์ ธรรมชาติและความต้องการของมนุษย์ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ชุมชนและสังคม การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์การพัฒนาภาวะผู้นำและภาวะผู้ตาม เพื่อการทำงานเป็นทีมเทคนิคการสร้างและรักษามนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพกับการสร้างมนุษย์สัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อมนุษย์สัมพันธ์การเสริมสร้างมนุษย์สัมพันธ์ในองค์กร

Introduction to Human Relationships, Principles of Human Relationships, Nature and Human needs, Interpersonal relationships, Community and Society, Group Relationships Activities, Leadership and follower development for teamwork, Techniques for Making and Maintaining Human relationships, Personality and Human Relationships, Human Relationships Communication, Strengthening Human Relationships in the organization.

0266010

ศิลปะการพูดและการนำเสนอ

3(2-2-5)

Art of Speaking and Presentation

หลักการและศิลปะการพูด การพัฒนาบุคลิกภาพ ศิลปะการพูดและการนำเสนอ การเตรียมเนื้อหา การเรียบเรียงเนื้อหาและการสร้างจุดสนใจในการพูดเพื่อการนำเสนอ การประยุกต์ใช้ความสามารถด้านการพูดเพื่อนำไปใช้พัฒนาวิชาชีพ การสร้างสื่อประกอบการพูด และการนำเสนอต่อหน้าสาธารณชน

Principles and art of speaking, personality development, the art of speaking and presenting, preparation of content, content composition and creating a point of interest in the speech for the presentation. Application of speaking abilities for professional development, creating media and public presentation.

0266011

การสื่อสารและรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล

3(2-2-5)

Communication and Media Literacy in Digital Age

ศึกษาแนวคิดความหมาย ความสำคัญและองค์ประกอบการสื่อสารในยุคดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสารในการทำงาน การปรับตัวและยืดหยุ่น การสื่อสารเชิงบวก การแก้ปัญหา และการบริหารเวลา ความฉลาดทางอารมณ์ในการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์ข้อเท็จจริงจากสื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกวิธี การรู้เท่าทันและการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพทั้งที่เป็นข่าวจริงข่าวปลอม (Fake News) และข่าวลือในสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันและเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้อง

Studying concepts, definitions, importance and elements of digital age communication, usage of digital technology for communication, communication skills at work, adaptability and flexibility, positive communication, problem resolution and time management, emotional intelligence in Social Media Communication. Analyze facts from social media correctly, effective social media literacy and consumption of all factual news, fake news and rumor in current situations in order to apply in daily life and correctly use the social media correctly.

0266012

การออกแบบในชีวิตประจำวัน

3(2-2-5)

Design in Everyday Life

ศึกษาหลักการออกแบบเบื้องต้น ความหมายและความสำคัญในงานออกแบบ การนำหลักการออกแบบมาใช้ในชีวิตประจำวัน การองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบ การแต่งกายอย่างเหมาะสมโดยใช้หลักการออกแบบ การออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ต่างๆ การเลือกสรร และจัดวางของตกแต่งที่ใช้ชีวิตประจำวัน

A study of basic design principles, definition and importance of design, usage of design principles in daily life, artistic compositions in design, appropriate dressing regarding design principles, graphic design for products, selection and placement of decorations used in daily life.

0266013

ศิลปะเพื่อความสุข

3(2-2-5)

Art for Happiness

ความรู้พื้นฐานความสำคัญของศิลปะ สู่การประยุกต์ใช้ศิลปะปฏิบัติ เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข

The fundamental importance of art for useful practical art applications for development of creativity and happy living.

	2.2 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา	หน่วยกิต
0266014	ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน	3(3-0-6)

H.M. King Bhumibol Adulyadej's Philosophy for Sustainable Development

การเรียนรู้ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนา ในมิติต่าง ๆ เช่น มิติเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา มิติภูมิสังคม มิติหลักการทรงงาน 27 ข้อ หลักการปกครองโดยหลักพุทธธรรม และมิติการสร้างคนด้วยการศึกษาและการเรียนรู้ เป็นต้น แนวทางพระราชดำริในการพัฒนาประเทศ โครงการพระราชดำริต่าง ๆ โครงการพระราชดำริในจันทบุรี เป็นต้น ที่แก้ปัญหาให้กับราษฎร ตามพระบรมราโชวาทและพระราชดำรัส ของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร รัชกาลที่ 9 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการศึกษาคุณงานโครงการพระราชดำริในจังหวัดจันทบุรีที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Students study King Rama IX, otherwise known as H.M. Bhumibol Adulyadej's, work. His Majesty's work is studied in each aspect such as understanding, achieving and developing, His Majesty's 27 work ethics, educating people and creating learning through experience, etc. Also, they study Royal Projects which helped solve people's problems, Royal Guidance, Royal Speech and Sufficiency Economy Philosophy. Students will be able to demonstrate familiarity with all The Royal Projects in Chanthaburi Province.

0266015	การเมืองการปกครองไทย	3(3-0-6)
---------	-----------------------------	-----------------

Thai Politics and Governance

ความรู้พื้นฐานการเมืองและการปกครอง สถาบันพระมหากษัตริย์ของไทย ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับสังคม สถาบันการเมือง กระบวนการทางการเมือง หลักธรรมาภิบาล การมีคุณธรรม ซื่อสัตย์สุจริต ต่อหน้าที่ ตรงต่อเวลา มีวินัย การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นตามสิทธิทางการเมืองและเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย พัฒนาการของแนวคิดและการวิเคราะห์ประชาสังคม ความเคลื่อนไหวของประชาสังคมไทย หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง วิเคราะห์ปัญหาการเมืองการปกครอง รวมถึงแนวโน้มการเมืองการปกครองของไทยในอนาคต

Fundamental knowledge of politics and government; the monarchical Institution of Thailand; state and society relationship; political institutions; morals and ethics of politicians; principles of good governance; the constitutional rights and freedom of citizens of the Kingdom of Thailand; the development of concept and analyses of civil society; movement of Thailand's civil society; sufficiency economy philosophy; the analyses of political problems including the future trends of politics of Thailand.

0266016

การเรียนรู้ชุมชนเชิงสร้างสรรค์

3(2-2-5)

Creative Community Learning

ความเข้าใจความหมาย ชุมชน ลักษณะ องค์ประกอบ การก่อตัวของความเป็นชุมชน ประเภท ชุมชน หน้าที่ของชุมชน แนวคิดการเรียนรู้ชุมชน จุดมุ่งหมาย ความสำคัญ แนวทางการเรียนรู้ชุมชน วิธีการ เทคนิค เครื่องมือ สำหรับการเรียนรู้ชุมชนพื้นฐาน การสรุปข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล ให้กับชุมชน หรือ การคืนข้อมูลให้กับชุมชน สำหรับนำไปเป็นประโยชน์ในการพัฒนา

To understand the various definitions of community and its characteristics and components, the formation of community, types, and functions. To comprehend the importance of community learning concepts, aims and approaches comprising methods, techniques, tools for basic community learning. To summarize the community-based data collected from fieldwork exercise and present them to the community for the benefit of development project.

0266017

ความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยของไทย

3(3-0-6)

Citizenship of Thai Democracy

หลักการพื้นฐานของการปกครองในระบอบประชาธิปไตยในยุคปัจจุบัน พัฒนาการ แนวคิด ความเป็นพลเมือง คุณลักษณะความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยที่มุ่งเน้นแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ทักษะการคิด ทำงาน แก้ปัญหา สื่อสาร และการร่วมมือทำงาน การปลูกฝังให้เป็นมนุษย์ที่เข้าใจในวิถีชีวิตของแต่ละปัจเจกและวัฒนธรรมที่แตกต่าง อาทิ ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเสมอภาค สิทธิ เสรีภาพ การมีส่วนร่วม และบทบาททางการเมืองภาคพลเมือง

Basic principles of democracy, development, concepts of citizenship, characteristics of citizenship and democracy, focusing on self-learning, thinking, working, problem-solving, communication, and collaborative work skills, cultivating an understanding of individual's lifestyle and different cultures such as human dignity, equality, rights, freedom and participation as a citizen in a political role.

0266018

จิตอาสากับการพัฒนาท้องถิ่น

3(2-2-5)

Volunteer and Local Development

เข้าใจความหมาย ความสำคัญ แนวคิด อุทิศการณ์ หลักการและวิธีการเกี่ยวกับงานจิตอาสา เพื่อการพัฒนาตนเอง ชุมชน ท้องถิ่น รูปแบบ แนวทาง กระบวนการ ตามแนวพระราชโองบายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 เน้นการสร้างงานจิตอาสา ศึกษาหน้าที่ของบุคคล กลุ่ม องค์กร หน่วยงานที่ทำงานด้านจิตอาสา ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการบำเพ็ญประโยชน์หรือเป็นอาสาสมัคร ด้านจิตอาสาเพื่อการ

พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

Understand the meaning, importance, concept, ideology, principles and methods of volunteer work for self-development, local community. To understanding the form, guidelines, process in accordance to the royal concept of His Majesty the King, King Rama XII. He focuses on creating volunteer works. Study the duties of individuals, organizations. The organizations that work in volunteering with information technology as well as being a volunteer or volunteer in the way of volunteer spirit for sustainable social and environmental development.

0266019

ภูมิคุ้มกันการทุจริต

3(3-0-6)

Anti-Corruption Immunity

ศึกษาความหมายและประเภทของการทุจริต ความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนกับผลประโยชน์ส่วนรวม สภาพและผลเสียที่เกิดขึ้นจากปัญหาการทุจริต แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการทุจริตในประเทศไทย เสริมสร้างความตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริต ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของพลเมืองและความรับผิดชอบต่อสังคมในการต่อต้านการทุจริตและการนำหลักธรรมาภิบาลมาปรับใช้ในการบริหารจัดการในการดำรงชีวิตและการทำงาน

Study of meaning and kinds of corruption, self-interest and common-interest differences, conditions and damage consequences of corruption problems, concepts, theories and methods of corruption prevention Thailand. Enhancing moral, ethic, honesty realization and understanding roles and duties of citizen, social responsibility towards anti-corruption and applying good governance in living and working management.

0266020

วิถีไทยก้าวไกลสู่อาเซียน

3(3-0-6)

Thai Way Advances Towards ASEAN

ความเข้าใจสังคมรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีจิตสาธารณะ เข้าใจวัฒนธรรมที่หลากหลายในอาเซียน ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ การเมือง พัฒนาการความร่วมมือของประชาคมอาเซียน ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ปัญหาความขัดแย้งในอาเซียน บทบาทด้านการต่างประเทศของไทยในประชาคมอาเซียน ทั้งมิติการเมือง เศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมภูมิปัญญาและการสื่อสาร ผลกระทบนโยบายของประชาคมอาเซียนที่มีต่อพัฒนาการทางสังคมและเศรษฐกิจของไทย

Understanding of different societies, responsibilities, public mind and cultures in ASEAN, problems in society, economy and politics, ASEAN cooperation development, economic cooperation, ASEAN controversial problems, Thailand's roles in foreign affairs in

ASEAN including political, socioeconomic, cultural, local wisdom and communication aspects, and impacts of ASEAN policies towards Thai social and economic development.

0266021 **เศรษฐกิจนารู้ในยุคดิจิทัล** 3(3-0-6)

Economic Knowledge in the Digital Age

การดำเนินกิจกรรม ทางเศรษฐกิจ การซื้อ การขาย และการแลกเปลี่ยน เศรษฐกิจภาคเอกชน ความร่วมมือ มีอทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เศรษฐกิจโลก ตลอดจนการดำเนินนโยบายของภาครัฐในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล

Economic activities involving purchasing, selling, trading, private economy, international economic cooperation, world economy, and implementation on government policy in solving economic problems in the digital age.

0266022 **การบัญชีในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6)

Accounting in Daily Life

แนวคิดและหลักการบัญชีขั้นพื้นฐาน การจัดทำบัญชีครัวเรือน การจดบันทึกรายรับ และรายจ่ายในชีวิตประจำวันของบุคคลและครอบครัว ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำข้อมูลมาวางแผนทางการเงินเพื่อความมั่งคั่งทางการเงินในชีวิตได้

Basic accounting concepts and principles, household accounting, recording revenues and daily life expenses of individuals and families according to the sufficiency economy philosophy and applying the data to plan for financial wealth in life.

0266023 **สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์** 3(2-2-5)

Safe and Creative Media

ศึกษาเกี่ยวกับสื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรม การเรียนรู้ ทักษะการใช้ชีวิตความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวสังคม รวมถึงส่งเสริมให้สังคมมีความสามัคคี และใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลายรวมทั้ง ระมัดระวังการผลิตสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ โดยเฉพาะพฤติกรรมความรุนแรง เพศ และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม

To study about media that promote morality, ethics and culture, learning, living skills, good relationships in family and society. In addition to promoting social unity and live in a diverse society, including being wary of producing unsafe and unconventional media. Especially violent behavior, sex, and the use of offensive language.

0266024

วิศวกรสังคม
Social Engineer

3(2-2-5)

การพัฒนาตนเองและชุมชนท้องถิ่นโดยบทบาทและทักษะของวิศวกรสังคม การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น การบูรณาการองค์ความรู้และสหวิทยาการ ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การประสานความร่วมมือของบุคคลในองค์กรในการออกแบบและสร้างนวัตกรรม โดยใช้การพัฒนาเชิงพื้นที่เป็นฐาน ฝึกปฏิบัติการใบงานเรื่องฟ้าประทาน เรื่องนาฬิกาชีวิต เรื่องใหม่ไลน์ พัฒนาการ เรื่องใหม่ไลน์กระบวนการ และเรื่อง M.I.C. โมเดล

Self-development and the development of local communities by using the roles and skills of social engineer; applications of the sufficiency economy philosophy and local wisdom; integration of knowledge and interdisciplinary knowledge; leadership and teamwork; coordination of people in the organization to design and create area-based innovations; practice of using the worksheet on "Sky," "Life Clock," "Development Timeline," "Process Timeline," and the "M.I.C. model."

0266025

การเงินและความมั่งคั่ง
Finance and Wealth

3(3-0-6)

การปรัชญาทางการเงิน ความเข้าใจการเงิน การสร้างอาชีพและรายได้ การบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคล การจัดทำบัญชีครัวเรือน การวางแผนการเงิน การออม รายรับและรายจ่ายส่วนบุคคล ดอกเบี้ยและผลตอบแทนทางการเงิน การลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ ความเสี่ยงจากการลงทุน และภาษีอากรเบื้องต้น

The philosophy of Money and Finance, personal financial and income management, household budgets and accounting, personal financial planning and saving, interest and income tax, financial investment, and risks.

0266026

ผู้ประกอบการวิถีใหม่
New Normal Entrepreneur

3(3-0-6)

แนวความคิดเป็นผู้ประกอบการวิถีใหม่ เครื่องมือส่งเสริมผู้ประกอบการ การเงินและการลงทุน การตลาดดิจิทัล จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เครื่องมือการวิเคราะห์ของธุรกิจด้วย Business Model Canvas ฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจ

Entrepreneurial new normal of thinking Entrepreneur Promotion Tools finance and investment digital marketing Ethics and social responsibility Business Analysis Tools with Business Model Canvas Business Design Practice.

0266027

การจัดการนวัตกรรมและทุนมนุษย์

3(3-0-6)

Innovation and Human Capital Management

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรม ความรู้การสร้างนวัตกรรมโดยเน้นการพัฒนากระบวนการและวิธีการรวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กร การถ่ายโอนองค์ความรู้นวัตกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนแนวคิดหลักการจัดการทุนมนุษย์ ภาวะผู้นำ การพัฒนาทักษะเดิมและเพิ่มเติมทักษะของคนและธุรกิจด้วยเครื่องมือใหม่ๆ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและบริหารความหลากหลายในองค์กร

Concept of innovation management Innovation creation knowledge focus on the development of systems and methods including factors affecting organizational change. Knowledge transfer, innovation both inside and outside the organization as well as concepts and principles of human capital management, leadership, developing existing skills and enhancing the skills of people and businesses with new tools. Ready for change and managing diversity in the organization.

0266028

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

3(2-2-5)

The Basics of Data Analytics

ศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับข้อมูลและสารสนเทศทางธุรกิจ การใช้เครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเบื้องต้นเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก และเทคนิคการนำเสนอสารสนเทศที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลให้เกิดมูลค่าในเชิงธุรกิจโดยใช้เครื่องมือสมัยใหม่

Study types of data and business information and technology, learning tools for analyzing basic data to obtain insights for business use, utilize new presentation techniques to increase business value.

0266029

ชีวิตและความตาย

3(2-2-5)

Life and Death

ศึกษาหลักคำสอนของแต่ละศาสนาที่เกี่ยวกับชีวิตและความตาย ของคนทั่วไปทั้งในประเทศต่างประเทศ รวมทั้งความตายของแต่ละศาสนาและชาติพันธุ์ โดยเน้นศึกษาโลกทัศน์ และชีวทัศน์ของแต่ละศาสนา โดยเฉพาะศาสนาพุทธเกี่ยวกับชีวิตและความตาย เช่น เรื่อง ชันธุ 5 ไตรลักษณ์ กรรมและสังสารวัฏ วิธีการปฏิบัติต่อชีวิตและความตาย เช่น หลักความไม่ประมาทในการดำเนินชีวิต หลักการเตรียมตัวตายอย่างมีสติ แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นมาของชีวิตในอดีตชาติ ชีวิตใกล้ตาย ชีวิตหลังความตาย การเตรียมตัวตาย รูปแบบการตายที่ดี ประเพณี เกี่ยวกับความตาย และวิธีการปลอบโยนให้กำลังใจแก่ผู้ประสบความสูญเสีย

Learning doctrines of each religion, life and death of people in Thailand and foreign countries, studying death in each religion and ethnicity, revising worldview and

biosphere of each religion, life and death in Buddhism, Pancakkhandha or five aggregates, Tilakkhana or the three characteristics, Karma and Samsara or the wheel of rebirth, how to treat life and death, principles of non-negligence in life, principles of preparing to die consciously, concepts of historical life in the previous life, near-death experiences, life after death, preparing for passing away, good death patterns, death's tradition, methods of comforting and encouraging those suffering from loss.

3. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	6	หน่วยกิต
3.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	3	หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา	หน่วยกิต
0366001	การคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Creativity and Innovation	3(3-0-6)

แนวคิด หลักการ ทฤษฎี และความสำคัญของการคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมกระบวนการคิด และเทคนิคการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์การใช้เทคโนโลยีในการออกแบบ สร้างและพัฒนานวัตกรรมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ จริยธรรมของนักนวัตกรรมในการสร้างสรรค์ผลงาน

Concepts, principles, theories and the importance of creative thinking and innovation, thinking process, techniques for developing creative thinking. Using technology to design, create and develop innovations for utilization. Ethics of innovators in creating works.

0366002	การเกษตรตามแนวพระราชดำริ Royal Initiation for Agriculture	3(3-0-6)
----------------	--	-----------------

ความสำคัญของการเกษตร ปัญหาทางด้านการเกษตร แนวพระราชดำริในการพัฒนาทางการเกษตร ในด้านพืช ดิน น้ำ ป่า ปศุสัตว์ ประมง และสิ่งแวดล้อม ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ และการประยุกต์ใช้ในระบบเศรษฐกิจครัวเรือนและชุมชนเพื่อสืบสาน รักษา ต่อยอดพระราชปณิธานของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร รัชกาลที่ 9

Importance of agriculture, problems of agriculture, the royal initiation for agricultural development including plant, soil, water, forest, livestock, fishery and environmental resources, the philosophy of Sufficiency Economy, new theory of agriculture and application for economics, households and communities in order to continue, preserve and build upon the royal ideas of King Rama IX.

0366003

อัญมณีและเครื่องประดับในชีวิตประจำวัน

3(3-0-6)

Gems and Jewelry in Daily Life

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ ความหมาย ความสำคัญ ประวัติความเป็นมา ประเภทของอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า การตรวจสอบเบื้องต้น การประเมินคุณภาพ การเลือกซื้อและการดูแลรักษาอัญมณีและเครื่องประดับ

Basic knowledge of gemstones and jewelry, definition, importance, history, types of famous gems and jewelry, precious metals, initial inspection, quality assessment, concepts of buying and caring of gems and jewelry.

0366004

การใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล

3(2-2-5)

Technology Literacy in the Digital Age

แนวคิดเกี่ยวกับยุคดิจิทัล การใช้งานดิจิทัล การใช้งานอินเทอร์เน็ต การประยุกต์ใช้ดิจิทัล ในสำนักงานและชีวิตประจำวัน การทำงานร่วมกันแบบออนไลน์ การสร้างสื่อดิจิทัล การใช้งานเพื่อความมั่นคงปลอดภัย กฎหมายและจริยธรรมดิจิทัล

Concepts of the digital age, digital usage, internet usage, digital applications in offices and daily life, online collaboration, digital media production, usage for security and safety, digital law and ethics.

0366005

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3(3-0-6)

Electronic Commerce

ศึกษาพื้นฐานของระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์และหลักการเบื้องต้นในการจัดการทางธุรกิจ รูปแบบใหม่ ประเภทของระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการรับ-จ่ายเงินบนอินเทอร์เน็ต ระบบความปลอดภัย ปัญหาอุปสรรคของการค้าอิเล็กทรอนิกส์ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งศึกษกรณีตัวอย่างและจำลองการประกอบการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

To learn the basics of electronic commercial systems and principles of the modern business models management; types of electronic commercial systems; electronic data interchange (EDI); receive-pay system on the Internet; security system; Barriers to electronic commerce; electronic marketing; related laws; case studies and simulation of the electronic commerce.

0366006

พืชพรรณเพื่อสุขภาพ

3(3-0-6)

Plants for Health

สืบค้น วิเคราะห์ ทฤษฎีเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์เบื้องต้นของพืช คุณค่าของพืชพรรณในชีวิตประจำวันด้านโภชนาการ การใช้พืชเป็นยาสมุนไพร ยาสมุนไพรกับภูมิปัญญาไทย ตัวอย่างตำรับยาสมุนไพรไทย สมุนไพรพื้นบ้านจันทบุรี เรียนรู้สารเคมีสำคัญในพืชการใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม ยาสมุนไพรกับการรักษาโรคอุบัติใหม่ แนวโน้มของการพัฒนาด้านธุรกิจสมุนไพรไทยและสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย

Search, analyze, theories about basic plant science, the value of plants in daily nutrition, use of plants as herbal medicines, herbal medicine and Thai wisdom, examples of Thai herbal medicine recipes, Chanthaburi local herbs, learn about the essential chemicals in plants, using herbs for health and beauty, herbal medicine and the treatment of emerging diseases, the trend of the development of Thai herbal business and can access information through a variety of methods.

0366007

วิทยาศาสตร์กับปัญญาประดิษฐ์

3(3-0-6)

Science and AI

ศึกษาการใช้ประโยชน์จากปัญญาประดิษฐ์ในงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เรียนรู้การฝึกสติเพื่อรับมือกับข่าวสารที่เกิดจากความลำเอียงหรืออคติของผู้สร้างหรือผู้ใช้ปัญญาประดิษฐ์เสริมสร้างทักษะด้านการตัดสินใจ การคิดวิเคราะห์ ด้านความฉลาดทางอารมณ์ และด้านความยืดหยุ่น เพื่อใช้สำหรับทำงานร่วมกับปัญญาประดิษฐ์

Studying the benefits of artificial intelligence in the fields of science and technology. Learning mindfulness to cope with biased or prejudiced AI-generated news. Enhancing decision-making and analytical skills, emotional intelligence, and adaptability for collaboration with AI.

0366008

สมาธิและคุณภาพชีวิต

3(3-0-6)

Meditation and Quality of Life

ความรู้พื้นฐาน ความหมาย ความสำคัญของการทำสมาธิ ประเภทและระดับของสมาธิ ลักษณะของการทำสมาธิ วิธีการ ขั้นตอน ลักษณะอาการต่อต้านสมาธิและวิธีการแก้ไขปัญหาคูสมรรคที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติสมาธิ ประโยชน์ของสมาธิ การนำสมาธิไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต อาหารเสริมสร้างสุขภาพ อาหารสำหรับบุคคลแต่ละวัย อาหารควบคุมน้ำหนัก การเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหาร อาหารปรุงสำเร็จอาหารสำเร็จรูป และการสุขภาพอาหาร

Basic knowledge, definition, importance of meditation, types and levels of

meditation, methods, nature of meditation, procedures, symptoms of mediation resistance and solutions to problems of the obstacles occurred during meditation practice, advantage of meditation, application of meditation in developing quality of life, elements of quality of life, healthy food, food for different ages, food for weight control, selection of ready meals and instant food consumption and food cleanliness.

0366009

ผลประโยชน์แห่งชาติทางทะเล

3(3-0-6)

National Marine Benefits

ผลประโยชน์ที่ประเทศไทยพึงได้รับจากทะเลหรือเกี่ยวเนื่องกับทะเลทั้งภายในน่านน้ำไทยหรือน่านน้ำอื่น ๆ รวมถึงชายฝั่งทะเล เกาะ พื้นดินท้องทะเล ใต้พื้นดินท้องทะเล หรืออากาศเหนือท้องทะเลทั้งนี้ไม่ว่ากิจกรรมใดในทุก ๆ ด้าน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมทางทะเล การขนส่ง การท่องเที่ยว ความมั่นคง ความสงบเรียบร้อย หรืออื่น ๆ

Benefits that Thailand receive from the sea, or in connection with the sea, both of within Thai waters or other waters, including coastlines, islands, seabed or under the seabed, the air above the sea. All activities in every aspect, such as natural resources, marine environment, transportation, tourism, security, public order, or others.

0366010

เขตทางทะเล และการจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง

3(3-0-6)

Maritime Zones, Marine Resources and Coastal Management

บทนำเรื่อง เขตทางทะเลและชายฝั่ง (Maritime Zones) ธรณีวิทยาและธรณีฐานวิทยาของทะเลไทย การทับถมและตกตะกอนในทะเลและชายฝั่ง ภูมิลักษณะชายฝั่งทะเลไทย ทรัพยากรมีชีวิตในทะเลและชายฝั่ง ทรัพยากรไม่มีชีวิตในทะเลและชายฝั่ง การตั้งถิ่นฐานของประชาชนชายฝั่งทะเล ระบบสาธารณสุขชุมชนชายฝั่ง ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของทะเลไทย และการจัดการชายฝั่งทะเลไทย

Maritime zones, marine resources, coastal management. Geology and geomorphology of Thai seas. Coastal marine sedimentation and non-living coastal and marine resources. Coastal zone inhabitation, public health systems. National security and economic benefits relating to utilization of the coastal zone.

0366011

ศูนย์วิชาการเกษตร

3(3-0-6)

Aesthetic Agriculture

ความรู้พื้นฐานและความสำคัญของการเกษตร ด้านสัตว์บก สัตว์น้ำ พืช ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีการเกษตร การแปรรูปผลผลิตจากการเกษตร และการนำผลผลิตทางการเกษตรมาใช้ในการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข

Basic knowledge and importance of agriculture: animals, aquatic animals, plants and food, wisdom and agricultural technology, processing of agricultural products, application of agricultural products for living a happy life.

0366012

การพัฒนาชุมชนประมงแบบบูรณาการ

3(3-0-6)

Integrated Development for Fisheries Community

การบูรณาการองค์ความรู้จาก วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม หลากหลายมิติเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมของชุมชนประมงชายฝั่งอย่างยั่งยืน

The various dimensions of science, research, and innovation are used in integrating knowledge to operate procedural sustainable socio-economic development of coastal fishing communities.

0366013

โลกของผลไม้

3(3-0-6)

Fruit world

ความสำคัญและคุณค่าทางโภชนาการของผลไม้ การปลูก การเจริญเติบโตและการดูแลรักษาไม้ผล การเก็บเกี่ยว การแปรรูป และการตลาดของผลไม้

Importance and nutritional value of fruits. Fruit plant, growth and maintenance, fruit harvesting, fruit processing and market.

0366014

เทคโนโลยีพื้นฐานด้านการถ่ายภาพและตกแต่งภาพ

3(2-2-5)

Basic Technology of Photography and Image Adjustment

ประวัติความเป็นมา วิวัฒนาการ ส่วนประกอบและหลักการทำงานของกล้องถ่ายภาพ หลักการถ่ายภาพ การฝึกปฏิบัติการการถ่ายภาพ สร้างสรรค์ออกแบบถ่ายภาพที่น่าสนใจและใช้เทคโนโลยีในการตกแต่งภาพเบื้องต้น

History, evolution, components and principles of camera equipment, principles of photography, photography practice, create an interesting photographic design, and uses technology for basic retouching.

0366015

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน

3(2-2-5)

Applications of Technology in Daily Life

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาทักษะพื้นฐานทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ และฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือหรือซ่อมบำรุงอุปกรณ์พื้นฐานภายในบ้าน(เช่น เทคโนโลยีสมาร์ทโฮม, งานไฟฟ้า, งานประปา ฯลฯ)

The application of digital technology to develop essential skills online and offline and practicing using tools or maintaining critical home equipment (such as Smart home technology, electrical work, plumbing work, Etc.)

0366016

การสร้างเสริมสุขภาพและดูแลสุขภาพ

3(2-2-5)

Health Promotion and Care

ศึกษารูปแบบการสร้างเสริมสุขภาพและดูแลสุขภาพ ความสำคัญของการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาหรือนันทนาการเพื่อสุขภาพ การสร้างเสริมสุขภาพ ออกแบบและจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาพและดูแลสุขภาพทางกาย จิต สังคมและปัญญา เล่นกีฬาและนันทนาการเพื่อสร้างเสริมและดูแลสุขภาพในชีวิตที่เป็นปกติสุข โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการออกแบบ

A study of a model (form) of health promotion and care, the importance of exercise, sports and recreation, creating and arranging the health promotion for physical, mind, society and wisdom care, doing sports and recreation to create health promotion and care in living a good life on technology.

3.2 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์

3 หน่วยกิต

รหัสวิชา

ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา

หน่วยกิต

0366017

การคิดและการตัดสินใจ

3(2-2-5)

Thinking and Decision Making

ศึกษาเกี่ยวกับการคิดเชิงตรรกศาสตร์และการให้เหตุผล อัตราส่วนและสัดส่วน ร้อยละ ลำดับและอนุกรม วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น กระบวนการตัดสินใจ ความน่าจะเป็นและการประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

Study about logical thinking and reasoning, ratios and proportions, percent, sequence and serial, fundamental data analysis, decisions-making processes, probability and application to solve problems in daily life.

- 0366018 **คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน** 3(2-2-5)
Mathematics in Daily Life
 ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการให้เหตุผลและตรวจสอบความสมเหตุสมผล การใช้เครื่องคำนวณ ดอกเบี้ย การซื้อเงินผ่อน การเช่าซื้อ บำเหน็จ ตัวแทน และนายหน้า การจำนอง การจำนำ และการขายฝาก
 Study about reasoning and validation methods, calculators using for interests, credits, leasing, pension, agents and brokers, the mortgage and pledge.
- 0366019 **การคิดเชิงเหตุผล** 3(2-2-5)
Logical Thinking
 วิเคราะห์ ออกแบบ แสดงวิธีการคำนวณตามลำดับขั้นการดำเนินการตัวเลข สัดส่วน ร้อยละ การแก้โจทย์ปัญหา การให้เหตุผล การให้เงื่อนไขเชิงภาษา เชิงสัญลักษณ์ และแบบรูปในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การวิเคราะห์แนวทางการแก้ปัญหา การเลือกใช้แนวทางได้อย่างเหมาะสม วิเคราะห์และอธิบายข้อมูลข่าวสารในโลกปัจจุบันและการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลได้
 Analysis, design, computation methods in the order of numerical operations, proportion, percentage, problem-solving, reasoning, linguistic conditional and pattern in describing phenomena that occur in daily life problem-solving analysis, choosing the right approach to analyze and explain information in today's world and make informed decisions.
- 0366020 **คณิตศาสตร์เพื่อฝึกทักษะทางปัญญา** 3(2-2-5)
Mathematics for Cognitive Skill
 ศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความสามารถทั่วไปและเขาว์ปัญญาทางคณิตศาสตร์ในเรื่อง ลำดับและอนุกรม อัตราส่วนและสัดส่วน ร้อยละ ตัวหารร่วมมาก ตัวคูณร่วมน้อย เศษส่วนและทศนิยม การหาพื้นที่และปริมาตร การอ่านตาราง กราฟ และแผนภูมิ การแก้โจทย์ปัญหาทั่วไป
 Study about general knowledge and intelligence in mathematics about sequences, series, ratios and proportions, greatest common divisors, least common multiples, fractions and decimal, the area and volume findings, tables, graph and chart reading and common problems solving.
- 0366021 **การสำรวจความคิดเห็นและการนำเสนอข้อมูล** 3(2-2-5)
Poll and Presentation
 ร้อยละ อัตราส่วน สัดส่วน การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดตำแหน่งที่ข้อมูล การวัดการกระจาย เทคนิคการเลือกตัวอย่างเบื้องต้น การทำโพลการใช้โปรแกรมประยุกต์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น การนำเสนอข้อมูล และการออกแบบสื่อประกอบการนำเสนอ

Percentage, ratio, proportion, measure of central tendency, measure of relative standing, measure of dispersion, basic sampling technique, poll conduction, use of applied program for basic data analysis and media design for presentation.

คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน

คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ

1. หมวดวิชาเฉพาะ

กลุ่มวิชาแกน

30 หน่วยกิต

รหัสวิชา

ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา

หน่วยกิต

3003101

ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 1

3(2-2-5)

Practical Business English 1

การฝึกทักษะการฟังและการพูดในสถานการณ์ต่างๆทางธุรกิจ ได้แก่ การให้ข้อมูลและสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล การสนทนาและการให้เหตุผลในสถานการณ์ต่างๆ การสนทนาทางโทรศัพท์เกี่ยวกับงานอาชีพและธุรกิจ การถามตอบและการเตรียมตัวในการสัมภาษณ์งาน การสนทนาถามตอบเกี่ยวกับข้อมูลองค์กร การสื่อสารภายในองค์กรและการเขียนอย่างไม่เป็นทางการโดยใช้เน็ต บันทึกรข้อความ โทรสาร และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

This course aims to develop spoken and listen comprehension skills in business communication including sharing personal data, giving reasons and excuses in different circumstances, telephone conversations, preparing for job interviews, sharing company information. Written communication within organization and workplace and informal letter writing using notes, memorandum, faxes, and electronic mails.

3062401

องค์การสมัยใหม่และการจัดการเชิงกลยุทธ์

3(3-0-6)

Modern Organizational and Strategy Management

แนวคิดและหลักการจัดการองค์การสมัยใหม่ ลักษณะโครงสร้างองค์การ หน้าที่และกระบวนการจัดการ จริยธรรมในการจัดการและความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดการเชิงกลยุทธ์ทั้งด้านการวางแผนและการวิเคราะห์ การกำหนดกลยุทธ์ การเลือกและประเมินผลการปฏิบัติงาน การควบคุม และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ โดยเฉพาะพฤติกรรมองค์การในการทำงานเป็นทีมภายใต้สภาวะแวดล้อมที่มีความหลากหลาย

Concepts and principles of modern organization management including organizational structure, roles and duties, management process, ethics and social responsibilities. Strategic management including planning, analysis, performance evaluation, and control are contained. Moreover, internal and external environment analysis, teamwork under diverse environments is considered as the main concepts of the subject.

3021901

กฎหมายธุรกิจ
Business Laws

3(3-0-6)

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยบุคคล นิติกรรมและสัญญา หนี้ และเอกเทศสัญญา อันได้แก่ ซื้อขาย ขายฝาก เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ แลกเปลี่ยน จ้างแรงงาน จ้างทำของ ยืม ฝากทรัพย์ ค้ำประกัน จำนอง จำนำ ตัวแทน นายหน้า ประกันภัย ตั๋วเงิน เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และสิทธิบัตร

The Civil and Commercial Code related to person, juristic acts, contracts, debts, and principles of specific contracts including purchase, sale, lease, hiring-purchasing, exchange, hiring, loan, deposit, suretyship, mortgage, pledges, agent, brokers, insurance, bills, trademarks, copyrights and patents.

3022102

การจัดการการดำเนินงาน
Operation Management

3(3-0-6)

ลักษณะและความสำคัญของการผลิต ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจการผลิต ซึ่งรวมถึงระบบการผลิต การจัดการเพื่อการผลิต การบริหารโครงการ การพยากรณ์การผลิต การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน การจัดทำตารางการทำงาน การวางแผนเกี่ยวกับกำลังการผลิต การจัดลำดับการผลิตและการบริการ การควบคุมคุณภาพ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการสินค้าคงคลัง การบำรุงรักษา และการจัดการเครือข่ายโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ

The nature and importance of production management. Factors and criteria of production decision making, the production systems, organization management of production, project management, production forecasting, site selection, production scheduling, capacity planning, ranking of production and service, quality control, supply chain management, inventory management, maintenance and effective management of logistics network.

3031103

หลักการบัญชี
Principles of Accounting

3(3-0-6)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบัญชี กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน หลักบัญชีคู่ การบันทึกรายการในสมุดขั้นต้นและบัญชีแยกประเภท การจัดทำบทดลองและกระดาษทำการ การปรับปรุงและปิดบัญชี การจัดทำงบการเงิน การบัญชีเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ และกิจการซื้อขายสินค้า

General knowledge about accounting conceptual framework for financial reporting accounting double entry book initially and ledgers preparation of trial balance and working papers accounting improving and closing preparation of financial statements accounting for assets, liabilities, equity and trade.

3034301

การบัญชีเพื่อการจัดการ

3(3-0-6)

Managerial Accounting

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :

3031102 การบัญชี 2 หรือ

3031103 หลักการบัญชี

การพัฒนาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการควบคุมและการตัดสินใจ โดยศึกษาเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนรวมและการบัญชีต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณต้นทุน ปริมาณกำไร การจัดทำงบประมาณ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงทางการเงินและงบกระแสเงินสด

Prerequisites : 3031102 Accounting 2 or

3031103 Principles of Accounting

Emphasizes the analysis and evaluation of accounting information as part of the managerial processes of planning, decision-making, and control. The objective is to provide a basic overview of financial accounting, including basic accounting concepts and principles, as well as the structure of the income statement, balance sheet, and statement of cash flows. Analysis of the relationship between the cost-volume-profit budgeting. Statement of changes in financial and cash flows

3041101

การเงินธุรกิจ

3(3-0-6)

Business Finance

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :

3031102 การบัญชี หรือ

3031103 หลักการบัญชี

ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายการเงินในองค์กร เป้าหมายและความสำคัญของการเงินธุรกิจ งบการเงินการวิเคราะห์งบการเงินและเครื่องมือการวิเคราะห์งบการเงินตามทฤษฎีสมัยใหม่ การพยากรณ์และการวางแผนการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจ การบริหารสินค้าคงคลังและลูกหนี้ งบจ่ายลงทุนและต้นทุนเงินทุน การหามูลค่าเงินตามเวลา นโยบายการจัดสรรกำไรและเงินปันผล

Concepts, characteristics, roles and responsibilities of the finance department in the organization goals and importance of corporate finance. Financial Statements. Financial Statement Analysis and tools for analyzing financial decisions based on fundamental principles of modern financial theory. Forecasting and financial planning. Business working capital management. Inventory and accounts receivable management. Investment budget and cost of capital. The time Value of Money. Profit and Dividend Allocation Policy.

3042101

ภาษีอากรธุรกิจ

3(3-0-6)

Business Taxation

ความหมาย ประเภท หลักการและนโยบายภาษีอากรของการภาษีธุรกิจ ความรับผิดชอบทางภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษี หน่วยงานที่จัดเก็บภาษี ได้แก่ กรมศุลกากร กรมสรรพสามิต และ กรมสรรพากร การคำนวณภาษี การจดทะเบียน และการจัดทำรายงานเพื่อยื่นแบบแสดงรายการภาษีอากร ประเภทต่าง ๆ กรณีศึกษาและปัญหาภาษีอากรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

Meaning, types, principles of taxation and Tax Policy. Business taxation practices. Responsibility of taxpayers. Tax collection agency include the Customs Department, the Excise Department and the Revenue Department. Tax calculation, registry and preparation of reports for taxation payment. Case studies and related problems on business taxation.

3051101

หลักการตลาด

3(3-0-6)

Principles of Marketing

ความหมายและความสำคัญของการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และตลาดองค์กร การสร้างคุณค่าสำหรับตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด ความรับผิดชอบต่อสังคม และจรรยาบรรณ การฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาด

Definitions and importance of marketing, marketing environment, consumer behavior and organizational behavior, creating value for target market, marketing mix, social responsibility and ethics, analyzing marketing environment in relation to marketing mix strategy.

3081101

หลักเศรษฐศาสตร์

3(3-0-6)

Principles of Economics

ศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์จุลภาค ได้แก่ อุปสงค์ อุปทาน ดุลยภาพของตลาด โครงสร้างและการกำหนดราคาของตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ และเศรษฐศาสตร์มหภาค ได้แก่ รายได้ ประชาชาติ การเงิน การคลัง การค้าระหว่างประเทศ และปัญหาเศรษฐกิจ

General knowledge about economics, demand, supply, equilibrium pricing, structure and pricing of perfectly competitive market, structure and pricing of imperfectly competitive market, national income, monetary and fiscal policies, international trade, economic problems.

กลุ่มวิชาเอก

1. กลุ่มวิชาเอกบังคับ 39 หน่วยกิต

รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา หน่วยกิต

3052101 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ 3(3-0-6)

Product Strategy

แนวความคิดต่าง ๆ ของผู้บริหารเกี่ยวกับการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ กระบวนการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีต่อผลกระทบต่อข้อกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์

Manager's concepts in planning and setting product and price policy. Setting product mix. Development process and design of new products. Planning marketing strategy for product and price related to product life cycle. Defining internal and external environment that influence and to set product and price policy.

3052102 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)

Consumer Behavior

บทบาทความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคต่อการดำเนินการทางการตลาด การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

The important role and general characteristics of consumer for marketing. Consumer segmentation. Individual factors and environmental factors influencing process of consumers' purchase decision

3052103 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)

Integrated Marketing Communication Strategy

วิชาที่ต้องเรียนก่อน :

3051101 หลักการตลาด

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสาร กลยุทธ์สื่อ การกำหนดงบประมาณการสื่อสารการตลาด การวัดและการประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

Integrated Marketing Communication Strategy, Integrated Marketing Communication Strategy planning, marketing communication tools, integration of marketing communication tools, consumer behavior analysis, content marketing design, media strategies,

marketing communication budgeting, measurement and evaluation of marketing communication strategy

3052104

การตลาดบริการ

3(3-0-6)

Service Marketing

แนวคิดของการตลาดบริการ ประเภทของธุรกิจบริการ พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการของผู้ใช้บริการ ทรัพยากรบุคคล ในธุรกิจบริการ การสร้างคุณค่าการบริการ การพัฒนาคุณภาพการบริการ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า กลยุทธ์การตลาดบริการ การวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันและสภาพแวดล้อมของธุรกิจบริการ และกรณีศึกษาของธุรกิจบริการ

Concepts of service marketing, categories of service business, consumer behavior in service business, demand in service business, human resource, value added in service, service quality improvement, consumer relations management, service marketing strategy, analysis of competitive situation and environment, service business case studies.

3052106

กลยุทธ์ราคา

3(3-0-6)

Pricing Strategy

แนวคิดด้านราคา การบริหารการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ในการตั้งราคา ความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าในการตั้งราคา บทบาทของต้นทุนต่อการตัดสินใจตั้งราคาและการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันในการทำกำไรทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์การตั้งราคาด้วยข้อมูล ตัวแบบในการวิเคราะห์ประเภทต่าง ๆ จริยธรรมและมุมมองด้านกฎหมายเกี่ยวกับราคา

The concept of pricing, effective pricing management, the economic aspects of pricing, understanding customer behavior in relation to pricing, the role of costs in pricing decisions and analyzes marketing profit competency, the development of pricing strategies using data and various analytic models, the ethical and legal aspects associated with pricing strategy.

3053101

การจัดการการตลาด

3(3-0-6)

Marketing Management

วิชาที่ต้องเรียนก่อน :

3051101 หลักการตลาด

กระบวนการบริหารการตลาด การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด การวางแผนการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ที่เน้นการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและวางตำแหน่งทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาด และพฤติกรรมของตลาดผู้บริโภค ตลาดธุรกิจ และตลาดองค์กร การวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดการช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด

Prerequisites :

3051101 Principles of Marketing

The importance of marketing management. Marketing organization, analysis of market opportunities, market structure and buying behavior of consumers. Measuring and predicting markets, Marketing plan and marketing strategy on product, price, place and promotions.

3053102

ช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า

3(3-0-6)

Marketing Channels and Physical Distribution

ความสำคัญของกลยุทธ์ช่องทางการตลาด อำนาจในช่องทางการตลาด ความสัมพันธ์ในช่องทางการตลาด ความขัดแย้งในช่องทางการตลาด การค้าปลีกและกลยุทธ์ การค้าส่งและกลยุทธ์ ระบบผูกพันทางสัญญา การวิเคราะห์ผู้บริโภคคนสุดท้าย กลยุทธ์ช่องทางการตลาดหลายช่องทาง การจัดการการกระจายสินค้าและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

The importance of marketing channel strategies. Channel power. Channel Relationships. Channel conflict. Retailing structure and strategies. Wholesaling structure and strategies. Franchising structure and strategies. End-User analysis. Omni-Channel strategy. Physical Distribution and its activities.

3053103

การตลาดระหว่างประเทศ

3(3-0-6)

International Marketing

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตลาดระหว่างประเทศและตลาดโลก เศรษฐกิจโลก สภาวะแวดล้อมของตลาดโลก ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการตลาดโลก การจัดการเพื่อสู่ตลาดโลก บทบาทและความสัมพันธ์ของการตลาดระหว่างประเทศ องค์การระหว่างประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างตลาดภายในประเทศและตลาดระหว่างประเทศ การตัดสินใจเลือกตลาดต่างประเทศ และการนำเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ การลงทุนตามกลยุทธ์การตลาด กระบวนการของการส่งออกและนำเข้า การวิเคราะห์แนวความคิด ประเด็น และวิธีการทำการตลาดของสินค้าในต่างประเทศ โดยเน้นที่โอกาสและอุปสรรคของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ และเทคนิคการจัดการตลาดระหว่างประเทศ

The international marketing and global marketing concepts and theory as they apply to world markets. It addresses global issues challenging international companies. It also discusses the various international marketing environments such as global economic, and other issues that differ from international marketing strategies. The course further explores in detail the practical aspects of international marketing such as market entry methods. An emphasis is placed on developing the marketing mix appropriate to various international global environments.

3053104

การวิจัยทางการตลาด

3(2-2-5)

Marketing Research

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยตลาด กระบวนการและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบวิจัย การตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การทบทวนวรรณกรรมจากฐานข้อมูลและฐานข้อมูลดิจิทัล การสร้างแบบสอบถาม การวางแผนการวิจัยในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์และตีความข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การเขียนรายงานและการนำเสนอผลการวิจัย และการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยเพื่อการตัดสินใจและการวางแผนทางการตลาด

The role and importance of marketing research. The Process and methods involved in marketing research, identification of research problems, formulation of research objectives and hypotheses, literature reviewing from database and digital database collection, construction of questionnaire, methodology planning in the digital era data analysis and interpretation, application of statistics for research, report writing and presentation and applying research result for marketing decision and planning.

3053105

การตลาดดิจิทัล

3(3-0-6)

Digital Marketing

กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ตราสินค้าสำหรับลูกค้าที่มีศักยภาพ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การวางแผนและการเผยแพร่ การฟังเสียงลูกค้าและการมีส่วนร่วมของลูกค้า สื่อที่ต้องจ่ายเงินเพื่อการเข้าถึง การตลาดผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การวางแผนสื่อและกลยุทธ์ การประเมินผลสำเร็จของการตลาดดิจิทัล การนำเสนอข้อมูลเชิงลึกจากการตลาดดิจิทัลกับผู้ส่วนได้เสีย การสร้างและจัดการร้านค้าออนไลน์ การสร้างยอดขายสำหรับร้านค้าออนไลน์ การสร้างความภักดีของลูกค้าออนไลน์

Strategies to build brand awareness among potential customers include engaging in social media marketing, practicing social media listening and engagement, utilizing paid media, launching email marketing campaigns, planning and strategizing media activities, assessing the success of digital campaigns, and sharing metrics and insights with stakeholders. Additionally, this involves building, launching, and managing e-commerce stores, as well as fostering customer loyalty online.

3053208

กลยุทธ์การตลาด

3(3-0-6)

Marketing Strategies

วิชาที่ต้องเรียนก่อน :

3051101 หลักการตลาด

องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การจัดทำกลยุทธ์การตลาดระดับบริษัท ระดับธุรกิจ กลยุทธ์มุ่งตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันให้เหมาะสมกับสถานการณ์ รวมทั้งการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และการควบคุม

Prerequisites :

3051101 Principles of Marketing

Elements of marketing strategies, strategic marketing planning, analysis of marketing opportunities and competitive advantages, creation of strategies aligning with business marketing targets, application of marketing tactics in appropriate situations, including implementation and control. Strategies tailored to specific situations and considerations, as well as strategies for addressing and managing challenges.

3054101

สัมมนาทางการตลาด

3(2-2-5)

Seminar in Marketing

วิชาที่ต้องเรียนก่อน :

3051101 หลักการตลาด

3053101 การจัดการการตลาด

การนำความรู้จากวิชาต่างๆ ที่ได้ศึกษามา และจากการค้นคว้าเพิ่มเติมมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ แก้ปัญหา และตัดสินใจทางการตลาดอย่างมีระบบ โดยนำเอาเทคนิคต่างๆ เช่น กรณีศึกษา กิจกรรมจำลองสถานการณ์ และอื่น ๆ มาให้นักศึกษาจะรายงานต่อหน้าชั้นเรียน โดยเน้นให้มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม และให้นักศึกษามีความกระตือรือร้นที่จะแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน เพื่อเตรียมพร้อมในการเป็นนักการตลาดที่ตีรวมไปถึงการฝึกภาคปฏิบัติงานจริง

Prerequisites :

3051101 Principles of Marketing

3053101 Marketing Management

This course is a variable content classroom course in Marketing in which students explore various topics and marketing issues in successful companies. Designed to integrate fundamental marketing concepts, the course particularly focuses on businesses operating within the context of Thailand. Special emphasis is placed on strategic thinking, facilitated through a blend of lectures, classroom presentations, discussions, projects, and field studies. These approaches collectively contribute to the examination of managerial issues and the development of solutions for marketing problems

such as motivation, control, and the evaluation of salespeople's performance. Finally, analyze ethical considerations in the management of sales practices

3052204

ศิลปะการขาย

3(3-0-6)

Salesmanship

การขายอย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล การใช้ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ลูกค้า การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเชื่อมต่อกับผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์ การแสวงหาลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ การเข้าพบ การเสนอขายและการสาธิต การเผชิญข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การติดตามผลการขาย การบริการหลังการขาย คุณค่าตลอดชีวิตของลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

Mastering effective sales techniques in the digital age, including customer data analytics. Leveraging social media to connect with potential clients and build relationships. Understanding lead generation, prospecting, and the importance of thorough preparation. Applying effective approaches in sales presentations, handling objections, and closing deals. Emphasizing the significance of follow-up strategies for continued customer engagement. Exploring concepts of customer lifetime value and strategies for building lasting customer relationships.

3053201

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

3(3-0-6)

New Product Management

แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ องค์ประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย การค้นหาแนวคิด การกลั่นกรองแนวคิด การพัฒนาและทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์ทางธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด การนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาด การสร้างตราสินค้าในยุคปัจจุบัน

Concept and Product Development. The application of design thinking methodologies to create new product. The key design components integral to creating new and innovative products. The course navigates through various stages of product development, including Idea Generation, Idea Screening, Concept Development and Testing, Marketing Strategy Development, Business Analysis, Product Development, Test Marketing, Commercialization, and Branding

3053204

การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด

3(3-0-6)

Packaging for Marketing

ความหมายและความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ หน้าที่และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ วัสดุบรรจุภัณฑ์ ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการตลาด กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นเครื่องมือทางการตลาด การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

The definition and significance of packaging, including its role and benefits. Exploration of packaging material properties. Examination of the importance of packaging in the context of marketing. Analysis of packaging strategy as a marketing tool. Overview of the development process and design considerations for packaging. Discussion of packaging laws and regulations.

3053205

หลักการค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3(3-0-6)

Principles of Retailing and E-commerce

ความหมายและความสำคัญของการค้าปลีก รูปแบบของการค้าปลีก การวิเคราะห์สถานการณ์การค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีก การออกแบบร้านค้าปลีก การตกแต่งและการจัดผังร้าน การจัดการการเงิน การจัดการสินค้า การจัดซื้อ กลยุทธ์การตลาด การควบคุมสินค้าคงคลังรูปแบบใหม่ของการจัดการการค้าปลีก

The concepts of retailing including types of retailing, multichannel, consumer buying behavior, retail strategy, information systems and supply chain, store location and site selection, merchandise planning, purchasing, pricing, communications, store operation, and customer services. Emphasis is given to the strategic and managerial functions involved with this area of marketing.

3053207

การตลาดเกษตร

3(3-0-6)

Agricultural Marketing

ศึกษาบทบาทและหน้าที่ของตลาดธุรกิจเกษตร ลักษณะของสินค้าเกษตร อุปสงค์และอุปทานของสินค้าเกษตร หลักการและประโยชน์ของธุรกิจเกษตรตามแนวทฤษฎีใหม่ ระบบการตลาด องค์การที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจเกษตร และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร

The roles and functions of the agribusiness market. The characteristics of agricultural products and the dynamics of demand and supply for these products. The principles and benefits of agribusiness according to contemporary theories. The agricultural marketing function system. Examine the organizations involved in the development of agribusiness and their contributions to adding value to agricultural products.

3053210

การตลาดอย่างยั่งยืน

3(3-0-6)

Sustainable Marketing

ความหมายและความสำคัญของการตลาดอย่างยั่งยืน แนวความคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืน การกำหนดวัตถุประสงค์และองค์ประกอบในการดำเนินงานการตลาดโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ที่ดี และความเสมอภาคของคนในสังคม การสร้างความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างยั่งยืนเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษยชาติ

Marketing and the Significance of Sustainable Marketing. Concepts of sustainable development, setting objectives, and elements for marketing operations based on environmental concerns, well-being, and equity for people in society. Establishing sustainable relationships with stakeholders, including sustainable marketing strategies for the preservation of the environment and human well-being.

3053211

การตลาดเนื้อหาและการเล่าเรื่อง

3(3-0-6)

Content Marketing and Story Telling

แนวคิด ประเภทของเนื้อหา การออกแบบแผนการตลาดเนื้อหา การสร้างบุคลิกของลูกค้า เป้าหมาย การเล่าเรื่องและเป้าหมายของตราสินค้า กลยุทธ์ช่องทางเพื่อการเผยแพร่เนื้อหา การวัดผลและการปรับปรุงผลการดำเนินงาน การให้อำนาจพนักงานในการสร้างและเผยแพร่เนื้อหา การฝึกปฏิบัติการเขียนเนื้อหา และการเล่าเรื่องเพื่องานการตลาด

Concepts, various content formats. Creating the Content Marketing Plan. Developing the Target Buyer Persona. Storytelling & brand purpose. Content distribution strategies. Measuring your content marketing plan. Empowering social employees to create and distribute authentic content. Content writing, and storytelling practices.

3053212

การพยากรณ์ยอดขาย

3(3-0-6)

Sales Forecast

หลักทฤษฎี และความสำคัญของการพยากรณ์การขาย เทคนิคและวิธีการพยากรณ์ ประเภทของข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้สารสนเทศที่เหมาะสมในการพยากรณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความถูกต้องแม่นยำของการพยากรณ์ รวมทั้งการนำผลของการพยากรณ์เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและวางแผนการตลาด

Theory and importance of sales forecasting. Techniques and methods of forecasting: types of data, data collecting for proper information system. Quantitative and qualitative data analysis. Factors influencing the reliability of forecasting including the application of forecasting output for improvement and planning of the marketing plan.

3054102

ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด

3(3-0-6)

Creative Thinking for Marketing

แนวคิด ทฤษฎีและการปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการคิดสร้างสรรค์ ลักษณะและองค์ประกอบการคิดสร้างสรรค์ กระบวนการและเทคนิคการคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด การตลาดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างนวัตกรรมทางการตลาด ศึกษาและวิเคราะห์กรณีตัวอย่างทางการตลาด ค้นหาปัญหา ออกแบบแนวทางแก้ไขอย่างสร้างสรรค์ เกิดเป็นนวัตกรรมทางการตลาด

Concepts, theories, and principles of creative thinking, characteristics and elements of creative thinking, processes and techniques of creative thinking, creative marketing, and innovations in marketing. Study and analyze marketing case studies, identify problems, design solutions through creative problem-solving, and develop innovative marketing strategies.

3054103

การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3(3-0-6)

Tourism Marketing

ทฤษฎี แนวคิดทางการตลาดและการประยุกต์ใช้ ภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว กระบวนการการตลาดและลักษณะเฉพาะของของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การวิจัยการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การวางแผนการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และกรณีศึกษา

Theories, concepts, and their application to tourism marketing within the context of the travel and tourism industry. The tourism marketing process, the unique nature of tourism marketing, tourism marketing research, analysis of the tourism situation and environment, and tourist behavior. The development of a tourism marketing plan and includes relevant case studies.

3054201

การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด

3(2-2-5)

Software Application in Marketing

ศึกษาโปรแกรมสำเร็จรูปต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการทางการตลาด การสร้างสรรค์งานทางการสื่อสารการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูล การหาค่าทางสถิติที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และการจัดทำแผนภาพเพื่อการนำเสนองาน

The main objective of this course is to provide students with practical experience with the software application used in the various marketing tasks such as marketing communication, the statistic to solve the marketing issues, and creating diagrams for presentation.

3054202

การจัดการตราสินค้า

3(3-0-6)

Brand Management

ความหมายของตราสินค้า คุณค่าและความสำคัญของตราสินค้า กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้าง การกำหนดตำแหน่งตราสินค้า การรักษาคุณค่าตราสินค้า การขยาย และการกำจัดตราสินค้า การจัดโครงสร้างตราสินค้า การวัดผลความสำเร็จ และการตรวจสอบตราสินค้า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารตราสินค้า

The meaning of the brand, brand positioning and brand identity. Understanding brand value and important of brand value for consumer and business. Marketing strategy for building and maintaining brand value.

3054204

จริยธรรมทางการตลาด

3(3-0-6)

Marketing Ethics

ความหมายและลักษณะของจริยธรรม ความแตกต่างระหว่างจริยธรรมกับกฎหมาย ผลกระทบจากโลกาภิวัตน์ต่อจริยธรรมทางการตลาด ความรับผิดชอบของนักการตลาดต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ปัญหาจริยธรรมในทางการตลาด แนวทางการสร้างจริยธรรมทางการตลาด ทั้งในระดับผู้บริหาร และระดับพนักงาน จรรยาบรรณของนักการตลาด กรณีศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมทางการตลาด

Concepts and characteristics of marketing ethics, differentiations between ethics and laws, effects of globalization on marketing ethics, social and environmental responsibilities of marketing practitioners, marketing ethics problems, marketing ethics formation guidelines of executives and staff, morality of marketing practitioners, and marketing ethics case studies.

3054205

การส่งออกและนำเข้า

3(3-0-6)

Exporting and Importing

การค้าระหว่างประเทศ กระบวนการส่งออกและ ระเบียบข้อบังคับกฎหมายในการส่งออกและนำเข้าสินค้า ระเบียบพิธีการศุลกากรและเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำเข้า ความเสี่ยงและโอกาสในการส่งออกและนำเข้าสินค้านระหว่างประเทศ การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้าข้ามพรมแดน

Introduction to International Trade. Export and Import Procedures. Legal and Regulatory Aspects of International Trade. Risk Management in International Trade. Logistics and Supply Chain Management

Fundamentals of business, management theories, concepts of entrepreneurship, preparation and development of potential and skills required for entrepreneurship, components of a business model; practice on creating a business model.

3054210 การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ 3(3-0-6)

Influencer Marketing

แนวคิดและกระบวนการสื่อสารการตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ ประเภทและบทบาทของกลุ่มคนที่มีอิทธิพล การเลือกกลุ่มคนที่มีอิทธิพลที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ตราสินค้า การมีส่วนร่วมและการรักษาผู้ชม การสร้างกลยุทธ์การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ การใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวัดผลและปรับปรุงผลดำเนินงาน

Concepts and marketing communication process through influencers. Types and roles of Influencers. Identifying the right influencer related to brand identity. Engage and maintain audiences. Creating an Influencer Marketing Strategy. Measuring influencer marketing and improving performance.

3054211 การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต 3(3-0-6)

Search Engine Marketing

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้เครื่องมือค้นหา การกำหนดตัวชี้วัดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพตรงกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ การใช้เครื่องมือและเทคนิคเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหา เช่น การใช้คำค้นหา การออกแบบหน้าเว็บ การออกแบบเนื้อหาดิจิทัล การปรับปรุงการรับรู้ของเว็บไซต์ การเพิ่มยอดขายจากการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา

Strategic marketing planning through SEO, including the establishment of effective key performance indicators based on goals and objectives. Utilizing tools and techniques to enhance search results, such as keyword tools, web page design, and digital content design, aiming to improve awareness of web presence and increase sales revenue.

2.3 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ / สหกิจศึกษา 8 หน่วยกิต

3054801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 2(90)

Preparation for Professional Experience in Marketing

จัดให้มีกิจกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้เรียน ก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ในด้านการรับรู้ลักษณะและโอกาสของการประกอบอาชีพ การพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะ เจตคติ แรงจูงใจ และคุณลักษณะที่เหมาะสมกับวิชาชีพการตลาด ผ่านกิจกรรมที่หลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

Cooperative education is a planned learning experience at a workplace. The program is designed to enhance the students to apply and extend the knowledge, practice and refine the skills through the workplace setting as an internship, To achieve three marketing cooperative education credits, the student must earn a minimum of 16 weeks placement experience including projects. The student must complete a full report and an appropriate media demonstrating a knowledge, understanding, communication or application. The assessment of cooperative education students must incorporate at least a written performance appraisals by the worksite supervisor and university supervisors.

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับรายวิชา (CLO)
กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLO)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังระดับรายวิชา (CLOs) กับผลลัพธ์การ
เรียนรู้ที่คาดหวัง (PLO)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
1. กลุ่มวิชาแกน						
3003101	ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 1 CLO 1 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษ ในงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	✓				
	CLO 2 มีทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษด้านการสื่อสาร อย่าง สร้างสรรค์ท่ามกลางความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ				✓	
3062401	องค์การสมัยใหม่และการจัดการเชิงกลยุทธ์ CLO 1 นักศึกษาอธิบายประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับองค์การและ การจัดการสมัยใหม่ทฤษฎีของการจัดการองค์การสมัยใหม่ หน้าที่ และกระบวนการจัดการได้	✓				
	CLO 2 นักศึกษาสามารถสรุปเกี่ยวกับการวางแผน พยากรณ์ ปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร วิธีการเลือกเครื่องมือ วิธีการประเมินผล และการควบคุมองค์การ ได้		✓			
	CLO 3 อธิบายเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างศาสตร์ด้านการ จัดการสมัยใหม่และการตลาดได้			✓		
	CLO 4 นักศึกษาสามารถให้ความเห็นเกี่ยวกับจริยธรรมในด้าน การจัดการธุรกิจ การใช้ข้อมูล แสดงความรับผิดชอบต่อตนเองและ สังคมด้วยการซื่อสัตย์ มีน้ำใจ เคารพกฎการปฏิบัติตนในชั้นเรียน และการสอบ					✓
3021901	กฎหมายธุรกิจ CLO 1 อธิบายหลักเกณฑ์ ความสำคัญที่กฎหมายบังคับใช้กับการ ดำเนินธุรกิจได้ CLO 2 มีความซื่อสัตย์สุจริต เคารพสิทธิของตนเองและผู้อื่น เคารพกฎหมายและมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม	✓				

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
3022102	การจัดการการดำเนินงาน CLO 1 นักศึกษาเข้าใจหลักการจัดการดำเนินงานเบื้องต้น การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคุณภาพ การจัดการแรงงาน และการควบคุมได้	✓				
	CLO 2 นักศึกษาสามารถอธิบายตัวแบบเพื่อพยากรณ์ความต้องการ เลือกทำเลที่ตั้ง วางแผนผังกิจการ และระบบการผลิตหรือบริการได้					
3031103	หลักการบัญชี CLO 1 นักศึกษาอธิบายความหมาย วัตถุประสงค์ของการบัญชี และประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี และวิธีในการบันทึกบัญชีเบื้องต้นได้	✓				
3034301	การบัญชีเพื่อการจัดการ CLO 1 นักศึกษาเข้าใจความรู้ ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อใช้ในการวางแผน ควบคุมและตัดสินใจทางการบริหารได้	✓				
3041101	การเงินธุรกิจ CLO 1 นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินธุรกิจ ที่มีบทบาทต่อการบริหารธุรกิจ	✓				
3042101	ภาษีอากรธุรกิจ CLO 1 เข้าใจหลักการและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภาษีทางธุรกิจ ประเภทต่างๆ CLO 2 เข้าใจวิธีคำนวณภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	✓				
3051101	หลักการตลาด CLO 1 นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อมทางการตลาด	✓				
3081002	หลักเศรษฐศาสตร์ CLO 1 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในแนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์จุลภาคและเศรษฐศาสตร์มหภาค	✓				
	CLO 2 นักศึกษาสามารถนำความรู้ทางเศรษฐศาสตร์จุลภาคและเศรษฐศาสตร์มหภาคไปประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ได้		✓			

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	CLO 3 นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการค้นคว้าและนำเสนอผลงานได้อย่างเหมาะสม					✓
2. กลุ่มวิชาเอก						
3052101	กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ CLO 1 สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อม สถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต รวมถึงความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ได้		✓			
	CLO 2 วางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความหลากหลายครอบคลุมองค์ประกอบของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย			✓		
3052102	พฤติกรรมผู้บริโภค CLO 1 นักศึกษาสามารถนำหลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคมาแก้ไขปัญหาในยุคปัจจุบันได้	✓				
	CLO 2 นักศึกษาสามารถแก้ปัญหาทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถประยุกต์ใช้ให้ตรงตามทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค		✓			
3052103	กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ CLO 1 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดแนวคิด และแคมเปญทางการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลาย ไปยังผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ			✓		
	CLO 2 มีบุคลิกภาพที่ดี มีทักษะด้านการสื่อสาร และความสามารถในการทำงานเป็นทีม มีแนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดที่มีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม				✓	
	CLO 3 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล ใช้เครื่องมือวัดประสิทธิภาพของแคมเปญการสื่อสารการตลาดได้ สามารถจัดทำรายงานและนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานการตลาดได้อย่างเหมาะสม					✓
3052104	การตลาดบริการ CLO 1 มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจบริการและปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์	✓				
	CLO 2 มีความสามารถวิเคราะห์และประเมินสถานะตลาดปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน สามารถประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางการตลาดมาออกแบบธุรกิจบริการ จัดทำแผนการตลาด		✓			

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	และออกแบบกลยุทธ์การตลาด					
3052105	การใช้คอมพิวเตอร์สำหรับการตลาด CLO 1 นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับโปรแกรม ซอฟต์แวร์ หรือแพลตฟอร์ม ที่จำเป็นต้องใช้ในการงานด้านการตลาด	✓				
	CLO 2 นักศึกษาสามารถใช้โปรแกรมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การจัดทำรายงาน การนำเสนอด้วยสื่อประเภทต่าง ๆ ได้		✓			
	CLO 3 นักศึกษาสามารถอ้างอิงและการระบุแหล่งที่มาของข้อมูล ที่นำมาใช้ได้อย่างถูกต้องตามหลักการ				✓	
3052106	กลยุทธ์ราคา CLO 1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การตั้งราคาให้สอดคล้องกับสถานการณ์และอำนาจซื้อของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดศักยภาพในแข่งขัน		✓			
	CLO 2 นักศึกษาใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อการคำนวณราคาได้					✓
3053101	การจัดการการตลาด CLO 1 มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจและการจัดการการตลาด เข้าใจองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการตลาด	✓				
	CLO2 มีความรู้ที่เกี่ยวกับในการวิเคราะห์และประเมิน สภาวะตลาดปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน และเครื่องมือทางการตลาด		✓			
3053102	ช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า CLO 1 อธิบายหลักการ แนวคิด และความสัมพันธ์ของช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้าได้	✓				
	CLO 2 บูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศให้เข้ากับกลยุทธ์การตลาดแบบดั้งเดิมเพื่อสร้างแนวทาง Omnichannel ที่สอดคล้องกัน		✓			
	CLO 3 ออกแบบช่องทางการตลาดและการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการกระจายสินค้าตามหลักเกณฑ์ด้านจริยธรรมได้		✓		✓	
	CLO 4 แก้ปัญหาสถานการณ์และความขัดแย้งในช่องทางการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์และมีจรรยาบรรณต่อพันธมิตรในช่องทางการตลาด					✓
3053103	การตลาดระหว่างประเทศ CLO 1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สภาวะตลาดในปัจจุบันของตลาดต่างประเทศและสามารถวิเคราะห์ถึงคู่แข่งในในตลาดต่างประเทศได้		✓			

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	CLO 2 นักศึกษามีบุคลิกภาพที่ดี สามารถสื่อสารความเข้าใจถึงสังคมและวัฒนธรรมของตลาดต่างประเทศได้				✓	
3053104	การวิจัยทางการตลาด CLO 1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การตั้งราคาให้สอดคล้องกับสถานการณ์และอำนาจซื้อของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดศักยภาพในแข่งขัน		✓			✓
	CLO 2 นักศึกษาใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อการคำนวณราคาได้		✓			✓
3053105	การตลาดดิจิทัล CLO 1 บุคลากรกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาทางการตลาดที่เฉพาะเจาะจงได้	✓				
	CLO 2 วิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การแข่งขันในอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีด้านการตลาดดิจิทัลที่เกี่ยวข้องได้	✓				
	CLO 3 นักศึกษาสามารถสร้างแคมเปญการตลาดดิจิทัลได้		✓			
	CLO 4 ใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) ที่เกี่ยวข้องกับแคมเปญการตลาดดิจิทัลได้					✓
3053208	กลยุทธ์การตลาด CLO 1 มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด เข้าใจองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการตลาด	✓				
	CLO2 มีความสามารถวิเคราะห์และประเมิน สภาวะตลาดปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน สามารถจัดทำแผนการตลาด ออกแบบกลยุทธ์การตลาด โดยนำทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ได้		✓			
	CLO 3 สามารถใช้เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล และประเมินประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดได้ สามารถจัดทำรายงานและนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานการตลาดได้อย่างเหมาะสม					✓
3053209	การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ CLO 1 นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดแนวคิด กลยุทธ์การตลาดและออกแบบผลิตภัณฑ์ได้อย่างน่าสนใจ			✓		
3054101	สัมมนาทางการตลาด CLO 1 นักศึกษาสามารถบูรณาการจัดการสัมมนาทางการตลาดในประเด็นต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาทางการตลาดที่เฉพาะด้านได้	✓				
	CLO 2 นักศึกษาสามารถประเมินถึงสถานการณ์ทางการตลาดให้		✓			

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	สอดคล้องกับการแข่งขัน กลยุทธ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้					
	CLO 3 นักศึกษาสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ หัวข้อต่างๆที่เป็นประเด็นสำคัญๆนำมาสู่การพัฒนาไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ			✓		
	CLO 4 นักศึกษาสามารถสื่อสารความเข้าใจถึงสภาพสังคมที่เปลี่ยน วัฒนธรรมและจริยธรรมทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม				✓	
3054203	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาดเพื่อการตัดสินใจ CLO 1 นักศึกษาสามารถนำวิธีการทางสถิติมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาด					✓
3. กลุ่มวิชาเอกเลือก						
	การใช้คอมพิวเตอร์สำหรับการตลาด CLO 1 นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับโปรแกรม ซอฟต์แวร์ หรือ แพลตฟอร์ม ที่จำเป็นต้องใช้ในการงานด้านการตลาด	✓				
3052105	CLO 2 นักศึกษาสามารถใช้โปรแกรมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การจัดทำรายงาน การนำเสนอด้วยสื่อประเภทต่าง ๆ ได้		✓			
	CLO 3 นักศึกษาสามารถอ้างอิงและการระบุแหล่งที่มาของข้อมูล ที่นำมาใช้ได้อย่างถูกต้องตามหลักการ				✓	
	การจัดการการขายสมัยใหม่ CLO 1 นักศึกษามีความรู้ด้านการขายและรูปแบบการขายสมัยใหม่ตามสถานการณ์	✓				
3052202	CLO 2 นักศึกษามีบุคลิกภาพที่ดีมีทักษะด้านการสื่อสารและการเข้าพบกลุ่มเป้าหมาย				✓	
	ศิลปะการขาย CLO 1 นักศึกษาสามารถแก้ปัญหาอย่างมีวิจารณญาณ วิเคราะห์คู่แข่งและสามารถออกแบบการเจรจาต่อรองได้		✓			
3052204	CLO 2 นักศึกษาสามารถเสริมบุคลิกภาพที่ดี ในการสื่อสารความเข้าใจถึงวิถีชีวิตการขายวัฒนธรรมและจริยธรรมของศิลปะการขายได้				✓	
	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ CLO 1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ ผู้บริโภค และคู่แข่ง เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการ มีศักยภาพด้านการ		✓			
3053201						

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	แข่งขัน					
	CLO 2 นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้			✓		
3053204	การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด CLO 1 นักศึกษาสามารถศึกษาความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบการใช้งานผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระแสมุมมองต่างๆ เพื่อนำไปสู่การวางแผนและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค		✓			
	CLO 2 นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม และมีรูปแบบการใช้งานที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมายได้			✓		
3053205	หลักการค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ CLO 1 อธิบายขอบเขตการค้าปลีกและอิเล็กทรอนิกส์ และสถานการณ์การแข่งขันได้	✓				
	CLO 2 มีความตระหนักถึงโอกาสในอาชีพด้านการค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	✓				
	CLO 3 สามารถสร้างร้านค้าปลีกบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้		✓			
	CLO 4 สามารถวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กได้		✓			
	CLO 5 สามารถออกแบบกลยุทธ์การตลาดและแคมเปญการตลาดสำหรับการค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นไปตามเกณฑ์ด้านจริยธรรม และเคารพความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคลได้				✓	
3053207	การตลาดเกษตร CLO 1 นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ถึงความสำคัญและบทบาทหน้าที่ของตลาดเกษตร		✓			
3053210	การตลาดอย่างยั่งยืน CLO 1 นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมและสามารถประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริง			✓		
3053211	การตลาดเนื้อหาและการเล่าเรื่อง CLO 1 นักศึกษาสามารถอธิบายพื้นฐานการตลาดเนื้อหาและการเล่าเรื่อง และผลกระทบที่มีต่อผู้ชมได้	✓				
	CLO 2 นักศึกษาวางแผนการตลาดเนื้อหาและการเล่าเรื่อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยมีกำหนด		✓			

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	กลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์การตลาดได้					
	CLO 3 นักศึกษาใช้เทคโนโลยีสร้างเนื้อหาประเภทต่าง ๆ สำหรับการตลาดและการเล่าเรื่องได้ตามวัตถุประสงค์และงบประมาณเหมาะสมกับแพลตฟอร์มหรือช่องทางเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย		✓			
	CLO 4 นักศึกษาสร้างสรรค์งานและแคมเปญการตลาดเนื้อหาที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มหรือช่องทางเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้			✓		
	CLO5 นักศึกษาสามารถสร้างเนื้อหาและเรื่องเล่าที่แสดงถึงการไม่แบ่งแยก และมีจรรยาบรรณ				✓	
3053212	การพยากรณ์ยอดขาย CLO1 นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีในการจัดเก็บข้อมูล เพื่อนำไปสู่การพยากรณ์ยอดขายที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนธุรกิจได้ ทั้งด้านการตลาด การจัดการหน่วยงานขายและการผลิต					✓
3054102	ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด CLO 2 มีความสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด วิเคราะห์ผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการตลาด สามารถออกแบบกิจกรรมทางการตลาด เพื่อออกแบบกิจกรรมการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์		✓			
	CLO 3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดแนวคิด กลยุทธ์การตลาด ให้กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ			✓		
3054103	การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว CLO 1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว ทั้งในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ที่เกิดจากสภาพแวดล้อม และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การวางแผนการตลาด อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ		✓			
	CLO 2 นักศึกษาสามารถจัดทำสื่อเพื่อการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวได้				✓	
3054201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด CLO 1 อธิบายว่าข้อมูลลูกค้าถูกรวบรวม จัดเก็บ และนำไปใช้ในกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร	✓				
	CLO 2 ประเมินความเสี่ยงและผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นจากการ		✓			

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	ใช้เทคโนโลยีหรือโปรแกรมใหม่ๆ ในบริบททางการตลาดอย่างมี วิจารณญาณ					
	CLO 3 สามารถทำงานร่วมกับสมาชิกในทีมเพื่อออกแบบการใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปหรือเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์งานด้าน การตลาดได้			✓		
	CLO 4 ใช้เครื่องมือหรือโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตีความข้อมูล ทางการตลาดและสร้างข้อมูลเชิงลึกที่นำไปปฏิบัติได้					✓
3054202	การจัดการตราสินค้า CLO 1 มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจและการบริหารการตลาด เข้าใจ ปัญหาทางการตลาด และแนวทางในการป้องกันและแก้ไข	✓				
	CLO 2 มีความสามารถในการแก้ปัญหาสามารถวิเคราะห์และ ประเมิน สภาวะตลาด วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน สามารถประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางการตลาดเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับหลักวิชาการ		✓			
3054204	จริยธรรมทางการตลาด CLO 1 มีความรู้ความเข้าใจ หลักการความสำคัญของจริยธรรม ทางการตลาด	✓				
	CLO 2 มีแนวคิดด้านการตลาดที่มีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม				✓	
3054205	การส่งออกและนำเข้า CLO 1 อธิบายหลักการและแนวความคิดของการค้าระหว่าง ประเทศ รวมถึงดุลการชำระเงิน อัตราแลกเปลี่ยน และผลกระทบ ของนโยบายการค้า แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในบทบาทและ หน้าที่ของสถาบันหลักที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมและอำนวยความสะดวก สะตวกทางการค้าระหว่างประเทศ	✓				
	CLO 2 ใช้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบทางการค้าเพื่อจัดทำเอกสาร ที่จำเป็นสำหรับการส่งออกและนำเข้าสินค้า โดยพิจารณาปัจจัย ต่าง ๆ เช่น การปฏิบัติตามข้อกำหนดทางศุลกากรได้	✓				
	CLO 3 วิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการตัดสินใจส่งออกสินค้า ไปยังต่างประเทศ วิเคราะห์ข้อได้เปรียบและจุดอ่อนสำหรับการ เข้าสู่ตลาดต่างประเทศด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ เหมาะสมในสถานการณ์ที่กำหนดได้	✓				
	CLO 4 ประเมินผลกระทบของอุปสรรคทางการค้า ภาษี และ	✓				

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	ข้อตกลงทางการค้าต่อต้นทุนและความสามารถในการทำกำไรของการส่งออกและนำเข้าสินค้า ความเสี่ยงและความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงความผันผวนของค่าเงิน ความไม่มั่นคง					
	CLO 5 การตระหนักรู้ด้านจริยธรรมและแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและนำเข้า กลยุทธ์สำหรับการค้าระหว่างประเทศอย่างมีความรับผิดชอบ				✓	
3054206	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ CLO 1 อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ซื้อ B2B รวมถึงความต้องการขององค์กร กระบวนการตัดสินใจ และผลกระทบของอิทธิพลภายนอก	✓				
	CLO 2 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับเกณฑ์การแบ่งส่วนที่ใช้ในตลาด B2B และเหตุผลในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายแต่ละส่วนตลาด	✓				
	CLO 3 วิเคราะห์ภาพรวมการแข่งขันของ B2B ในอุตสาหกรรมเฉพาะ ระบุคู่แข่งที่สำคัญ แนวโน้มของตลาด และการสร้างความแตกต่าง			✓		
	CLO 4 ประเมินประสิทธิผลของแคมเปญการตลาด B2B โดยใช้ตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพหลัก (KPI) ที่เกี่ยวข้องและเครื่องมือวิเคราะห์ได้					✓
3054207	ปัญหาพิเศษทางการตลาด CLO 2 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การวางแผนการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ		✓			
	CLO4 นักศึกษาสามารถจัดทำสื่อเพื่อการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวได้				✓	
3054208	ความรู้พื้นฐานการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ CLO1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นฐานการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และทักษะที่จำเป็นสำหรับการเข้าทำงานด้านการตลาดดิจิทัลได้	✓				
	CLO 2 นักศึกษาวางแผนการดึงดูดและสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้าผ่านช่องทางการตลาดดิจิทัลได้		✓			
	CLO 3 ใช้เครื่องมือสำหรับการตลาดดิจิทัลได้			✓		

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	CLO 4 สามารถออกแบบการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล โดยแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์และความหลากหลาย การตลาดแบบไม่แบ่งแยกได้				✓	
3054209	โมเดลธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ CLO 1 นักศึกษามีความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ ทฤษฎีการจัดการ แนวคิดการประกอบธุรกิจ		✓			
3054210	การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ CLO 1 อธิบายบทบาทและผลกระทบของการตลาดโดยใช้กลุ่มที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ และอธิบายลักษณะ คุณสมบัติที่ทำให้บุคคลเป็นผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพด้วยการสื่อสารตราสินค้าเพื่อเข้าถึงกลุ่มเฉพาะหรืออุตสาหกรรมเฉพาะ	✓				
	CLO 2 สามารถใช้ความรู้เกี่ยวกับหลักการตลาดด้วยอินฟลูเอนเซอร์เพื่อระบุอินฟลูเอนเซอร์ที่เหมาะสมสำหรับแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์สมมติได้	✓				
	CLO 3 พัฒนาแคมเปญการตลาดด้วยอินฟลูเอนเซอร์สำหรับตราสินค้าเฉพาะ โดยผสมผสานการเลือกอินฟลูเอนเซอร์ ข้อความของแคมเปญ และเนื้อหาที่สร้างสรรค์			✓		
	CLO 4 ประเมินผลกระทบของการทำงานร่วมกับผู้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ตราสินค้า ความไว้วางใจของลูกค้า และคุณค่าของแบรนด์โดยรวม รวมทั้งการประเมินเนื้อหาที่สร้างโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องกับคุณค่าของตราสินค้าและการสื่อสารข้อความไปยังกลุ่มเป้าหมาย				✓	
	CLO 5 สามารถกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพในการใช้การตลาดผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ได้ และใช้เครื่องมือวิเคราะห์ (analytics tools) เพื่อติดตามแคมเปญผ่านคนที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ได้					✓
3054211	การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต CLO 1 อธิบายความสำคัญของ SEO ในกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และผลกระทบต่อการมองเห็นทางออนไลน์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัลกอริทึมและการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหาได้	✓				
	CLO 2 วิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพได้	✓				
	CLO 3 วิเคราะห์ประสิทธิภาพเว็บไซต์โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์			✓		

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	SEO ตีความข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเข้าชมทั่วไป การจัดอันดับ และพฤติกรรมผู้ใช้					
	CLO 4 ใช้เทคนิค SEO พื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเนื้อหา เว็บไซต์สำหรับเครื่องมือค้นหา และกลยุทธ์การวิจัยคำหลักเพื่อระบุคำหลักที่เกี่ยวข้องและมีประสิทธิภาพสูงสำหรับเว็บไซต์หรืออุตสาหกรรมเฉพาะได้				✓	
	CLO 5 พัฒนาและสร้างลิงก์สำหรับเว็บไซต์ โดยคำนึงถึงหลักปฏิบัติในการสร้างลิงก์อย่างมีจริยธรรมและแหล่งที่มาของลิงก์ย้อนกลับได้					✓
4. กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา						
3054801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด CLO 1 นักศึกษาสามารถคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหาอย่างมีวิจารณญาณ สามารถทำแผนการตลาดได้โดยนำทฤษฎีด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้ได้ CLO 2 มีบุคลิกภาพที่ดี มีทักษะด้านการสื่อสาร มีความพร้อมที่จะออกไปปฏิบัติงานได้จริง		✓		✓	
3054802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด CLO 1 นักศึกษามีความรู้ด้านบริหารธุรกิจ สามารถนำความรู้มาใช้ในการทำงานกับสถานประกอบการได้ CLO 2 มีความสามารถในการแก้ปัญหา วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขันและ สถานการณ์การตลาดเบื้องต้นได้ CLO 3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดแนวคิดได้ CLO4 มีบุคลิกภาพที่ดี มีทักษะในการสื่อสาร และสามารถทำงานเป็นทีมได้ CLO 5 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	✓	✓	✓	✓	✓
3054998	เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด CLO 1 นักศึกษาสามารถคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหาอย่างมีวิจารณญาณ สามารถทำแผนการตลาดได้โดยนำทฤษฎีด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้ได้ CLO 2 มีบุคลิกภาพที่ดี มีทักษะด้านการสื่อสาร มีความพร้อมที่จะออกไปปฏิบัติงานได้จริง		✓		✓	
3054999	สหกิจศึกษาทางการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
	<p>CLO 1 นักศึกษามีความรู้ด้านบริหารธุรกิจ สามารถนำความรู้มาใช้ในการทำงานกับสถานประกอบการได้</p> <p>CLO 2 มีความสามารถในการแก้ปัญหา วิเคราะห์ผู้บริโภควิเคราะห์การแข่งขันและ สถานการณ์การตลาดเบื้องต้นได้</p> <p>CLO 3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดแนวคิดได้</p> <p>CLO 4 มีบุคลิกภาพที่ดี มีทักษะในการสื่อสาร และสามารถทำงานเป็นทีมได้</p> <p>CLO 5 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ</p>					

ภาคผนวก ค

ประวัติ ผลงานทางวิชาการ และผลงานวิจัยของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

1. นางสาวฤดีวรรณ ยิ่งยง

Miss Rudeewan Yingyong

1.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ)

1.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปี
ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, ไทย	2550
ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, ไทย	2545

1.3 ผลงานทางวิชาการ

1.3.1 หนังสือ ตำรา

- ไม่มี

1.3.2 บทความวิชาการ

จิตติมา สิงหธรรม, ัญญาณี นิยมกิจ และ ฤดีวรรณ ยิ่งยง. (2566). มุมมองและการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดจันทบุรี. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. 6(4) เดือนตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2566, 130-144.

(วารสารทางวิชาการในฐานะข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 2)

สิทธิชัย ศรีเจริญประมง, ฤดีวรรณ ยิ่งยง และศตวรรษ ทิพโสต. (2563). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่. 21(2) เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2563, 157-166.

(วารสารทางวิชาการในฐานะข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 1)

1.4 ประสบการณ์สอนระดับอุดมศึกษา 20 ปี

1.5 ภาระงานสอน

ระดับปริญญาตรี

3053903	การตลาดเกษตรและสหกรณ์	3	หน่วยกิต
3053110	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3	หน่วยกิต
3051101	หลักการตลาด	3	หน่วยกิต
3053905	การตลาดระดับโลก	3	หน่วยกิต
3053902	การจัดการการตลาด	3	หน่วยกิต
3052101	การตลาดบริการ	3	หน่วยกิต
3052901	พฤติกรรมผู้บริโภค	3	หน่วยกิต

2. นางจิตติมา สิงหธรรม

Ms. Jittima Singhatam

2.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ อนุสาขาวิชาการตลาด)

2.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปี
ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ไทย	2543
ปริญญาตรี	การศึกษาศาสตรบัณฑิต (ธุรกิจ ศึกษา แขนงวิชาการตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ไทย	2531

2.3 ผลงานวิชาการ

2.3.1 หนังสือ ตำรา

- ไม่มี

2.3.2 บทความวิชาการ

จิตติมา สิงหธรรม, ฉัญญาณี นิยมกิจ และ ฤดีวรรณ ยิ่งยง. (2566). มุมมองและการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดจันทบุรี. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. 6(4) เดือนตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2566, 130-144.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 2)

จิตติมา สิงหธรรม, บุษรา บรรจงการ, กัลยรัตน์ เจียมโฆสิต, และปัญญาณัฐ ศีลาฉาย. (2564). การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีแอลอีดี. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 3 “นวัตกรรมและตัวแบบการพัฒนาคุณวิสัยใหม่ (New Normal)”. วันที่ 15 – 16 กุมภาพันธ์ 2564. 76-89.

(รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ)

2.4 ประสบการณ์สอนระดับอุดมศึกษา 32 ปี

2.5 ภาระงานสอน

ระดับปริญญาตรี

3051101	หลักการตลาด	3 หน่วยกิต
3052102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3 หน่วยกิต
3053102	การจัดการช่องทางการตลาด	3 หน่วยกิต
3053103	การตลาดระหว่างประเทศ	3 หน่วยกิต
3053205	การจัดการการค้าปลีก	3 หน่วยกิต
3053905	การตลาดระดับโลก	3 หน่วยกิต
3054201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด	3 หน่วยกิต
3053105	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	3 หน่วยกิต

3. นางสาวธัญญาณี นียมกิจ

Miss Thunyane Niyomkij

3.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ อนุสาขาวิชาการตลาด)

3.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปี
ปริญญาโท	Master of Business Administration (Management)	Youngstown State University, USA	2540
ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ไทย	2536

3.3 ผลงานทางวิชาการ

3.3.1 หนังสือ ตำรา

- ไม่มี

3.3.2 บทความวิชาการ

จิตติมา สิงหธรรม, ธัญญาณี นียมกิจ และ ฤดีวรรณ ยิ่งยง. (2566). มุมมองและการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดจันทบุรี. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. 6(4) เดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2566, 130-144.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 2)

พิศิษฐ์ ชัยสุวรรณถาวร, ธัญญาณี นียมกิจ, ศตวรรษ ทิพย์โส, วิษณุเศวต ทะกอง และสุพธิพันธ์ โสติวิถี. (2565). คุณภาพชีวิตของประชาชนกลุ่มฐานรากจังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด. วารสารวิจัยรำไพพรรณี. 16(1) เดือนมกราคม - เมษายน พ.ศ. 2565, 118-127.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 2)

3.4 ประสบการณ์สอนระดับอุดมศึกษา 26 ปี

3.5 ภาระงานสอน

ระดับปริญญาตรี

3051101	หลักการตลาด	3 หน่วยกิต
3053104	การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด	3 หน่วยกิต
3054471	สัมมนาทางการตลาด	3 หน่วยกิต
3053103	การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	3 หน่วยกิต
3054101	จริยธรรมทางการตลาด	3 หน่วยกิต
3054481	ปัญหาพิเศษทางการตลาด	3 หน่วยกิต
3052101	การตลาดบริการ	3 หน่วยกิต
3052104	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย	3 หน่วยกิต
3052903	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3 หน่วยกิต
3052901	พฤติกรรมผู้บริโภค	3 หน่วยกิต

4. นางสาวบุษรา บรรจงการ

Miss Budsara Bunjongkarn

4.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ)

4.2 ประวัติการศึกษา ระดับ

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปี
ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (กลุ่มวิชาการตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ไทย	2545
ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบริหารงานบุคคล)	มหาวิทยาลัยบูรพา, ไทย	2539
ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ไทย	2550

4.3 ผลงานทางวิชาการ

4.3.1 หนังสือ ตำรา

-ไม่มี

4.3.2 บทความทางวิชาการ

บุษรา บรรจงการ และยุทธนา พรรคอนันต์. (2565). การศึกษาแนวคิดต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนและการวิจัยตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน. วารสารวิจัยรำไพพรรณี. 16(1) เดือน มกราคม - เมษายน พ.ศ. 2565, 68-78.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 2)

บุษรา บรรจงการ และยุทธนา พรรคอนันต์. (2564). การศึกษาหลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และความคิดเห็นที่มีต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 13 มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2564. Ss12-1-13.

(รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ)

4.4 ประสบการณ์สอนระดับอุดมศึกษา 20 ปี

4.5 ภาระงานสอน

ระดับปริญญาตรี

3051101	หลักการตลาด	3 หน่วยกิต
3053104	การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด	3 หน่วยกิต
3054471	การสัมมนาทางการตลาด	3 หน่วยกิต
3053902	การบริหารการตลาด	3 หน่วยกิต

3053108	กลยุทธ์การตลาด	3	หน่วยกิต
3053103	การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	3	หน่วยกิต
3054102	การจัดการตราสินค้า	3	หน่วยกิต
3054103	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	3	หน่วยกิต
3053112	การพยากรณ์ยอดขาย	3	หน่วยกิต
3052903	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3	หน่วยกิต
3052901	พฤติกรรมผู้บริโภค	3	หน่วยกิต
3051901	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3	หน่วยกิต
3052903	การเขียนแผนการตลาด	3	หน่วยกิต
3021101	องค์การและการจัดการ	3	หน่วยกิต
3093203	การวิจัยทางคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	3	หน่วยกิต

5. นายศตวรรษ ทิพโสต

Mr.Sattawat Thipsot

5.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (บริหารธุรกิจ)

5.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน	ปี
ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, ไทย	2548
ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ไทย	2540

5.3 ผลงานทางวิชาการ

5.3.1 หนังสือ ตำรา

-ไม่มี

5.3.2 บทความวิชาการ

พิศิษฐ์ ชัยสุวรรณถาวร, ธัญญาณี นิยมกิจ, ศตวรรษ ทิพโสต, วิชเนศวร ทะกอง และสุทธินันท์ โสตวิถึ. (2565). คุณภาพชีวิตของประชาชนกลุ่มฐานรากจังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด. วารสารวิจัยรำไพพรรณี. 16(1) เดือนมกราคม - เมษายน พ.ศ. 2565, 118-127.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 2)

สิทธิชัย ศรีเจริญประมง, ฤดีวรรณ ยิ่งยง และศตวรรษ ทิพโสต. (2563). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่. 21(2) เดือนพฤษภาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2563, 157-166.

(วารสารทางวิชาการในฐานข้อมูลระดับชาติ Thai Journal Citation Index (TCI) กลุ่มที่ 1)

5.4 ประสบการณ์การสอนระดับอุดมศึกษา 20 ปี

5.5 ภาระงานสอน

ระดับปริญญาตรี

3051101	หลักการตลาด	3 หน่วยกิต
3053103	การตลาดทางตรง	3 หน่วยกิต
3053904	การบริหารการตลาด	3 หน่วยกิต
3052902	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	3 หน่วยกิต
3053108	กลยุทธ์การตลาด	3 หน่วยกิต
3053903	การตลาดเกษตรและสหกรณ์	3 หน่วยกิต
3054101	สัมมนาทางการตลาด	3 หน่วยกิต
3053103	การตลาดระหว่างประเทศ	3 หน่วยกิต

ภาคผนวก ง
คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 คณะวิทยาการจัดการ



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ที่ ๒๕๓/๒๕๖๖

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๘

ด้วยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๓ ได้ครบกำหนดในการปรับปรุงหลักสูตรรอบ ๕ ปี ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๑), (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จึงแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๘ ดังนี้

- | | |
|---|---------------------|
| ๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฤดีวรรณ ยิ่งยง | ประธานกรรมการ |
| ๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอม หุระนันท์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประดิษฐ์ วิศิษฎ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. อาจารย์ ดร.ณัฐกัญย์ ชินนรานันท์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. นายจักรินทร์ สายชู | ผู้ใช้บัณฑิต |
| ๖. นางอารีย์ เขাজারี | ผู้ใช้บัณฑิต |
| ๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตติมา สิงหธรรม | กรรมการ |
| ๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธัญญาณี นิยมกิจ | กรรมการ |
| ๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศตวรรษ ทิพโส | กรรมการ |
| ๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุษรา บรรจงการ | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่

- พิจารณาปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ให้มีความเหมาะสม ถูกต้อง และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรหรือที่เกี่ยวข้อง
- ดำเนินการจัดทำร่างและเล่มหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๘ ให้แล้วเสร็จและนำเสนอต่อหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบตามลำดับ และเสนอสภามหาวิทยาลัย เพื่ออนุมัติให้ประกาศใช้ต่อไป
- วิพากษ์หรือประชุมปรึกษาหารือแนวทางการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร
- ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต่อการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตร

สั่ง ณ วันที่ ๒๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไวกุณท์ ทองอร่าม)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ภาคผนวก จ
ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศต่างๆ

ข้อบังคับว่าด้วยมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี
พ.ศ. 2566



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี
พ.ศ. ๒๕๖๖

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงแก้ไขข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วย การจัดการศึกษา ระดับปริญญาตรี ให้สอดคล้องกับประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ ประกอบกับมติที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ครั้งที่ ๗/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๓ กรกฎาคม ๒๕๖๖ สภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จึงออกข้อบังคับไว้ดังนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๖”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับสำหรับหลักสูตรที่เปิดใหม่และหลักสูตรปรับปรุงของมหาวิทยาลัย โดย สภามหาวิทยาลัยเห็นชอบหรืออนุมัติ ตั้งแต่วันที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๖๕ เป็นต้นไป

ทั้งนี้ ให้นำความในหมวด ๕ การวัดผลและประเมินผลการศึกษา ของข้อบังคับฉบับนี้ มาใช้บังคับกับ นักศึกษาที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา ๒๕๖๖ เป็นต้นไป สำหรับหลักสูตรที่เปิดใหม่และหลักสูตรปรับปรุงก่อนวันที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๖๕

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วย การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

“สภาวิชาการ” หมายความว่า สภาวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

“คณบดี” หมายความว่า คณบดีในคณะตามกฎกระทรวงการจัดตั้งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏ รำไพพรรณี กระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. ๒๕๔๘ และคณะที่ได้รับการจัดตั้งเป็นส่วนงานภายในตามประกาศสภา มหาวิทยาลัย

“การจัดการศึกษา” หมายความว่า การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย หรือหลักสูตรอื่นที่สภามหาวิทยาลัยรับรอง

“หลักสูตร” หมายความว่า หลักสูตรระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

“อาจารย์ที่ปรึกษา” หมายความว่า บุคคลที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งให้ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาดูแลสนับสนุน ทางวิชาการ วิธีการเรียน ควบคุมแผนการเรียน และมีส่วนช่วยประเมินความก้าวหน้าในการเรียนของนักศึกษา

/ “อาจารย์ประจำ” ...

“อาจารย์ประจำ” หมายความว่า บุคคลที่ดำรงตำแหน่งอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์ และตำแหน่งอื่นที่เทียบเท่าในมหาวิทยาลัยตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนดหรือบุคคลในองค์กรภายนอกที่มีการตกลงร่วมผลิต ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบตามพันธกิจของการอุดมศึกษา และมีความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

สำหรับอาจารย์ประจำที่มหาวิทยาลัยรับเข้าใหม่ ต้องมีคะแนนทดสอบความสามารถภาษาอังกฤษได้ตามเกณฑ์ที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

“อาจารย์ประจำหลักสูตร” หมายความว่า อาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตรที่สภามหาวิทยาลัยเห็นชอบหรืออนุมัติ ซึ่งมีหน้าที่สอนและค้นคว้าวิจัยในสาขาวิชาดังกล่าว ทั้งนี้ สามารถเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรหลายหลักสูตรได้ในเวลาเดียวกัน

“คุณวุฒิที่สัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตร” หมายความว่า คุณวุฒิที่กำหนดไว้ในมาตรฐานสาขาวิชา หากสาขาวิชาใดยังไม่มีประกาศมาตรฐานสาขาวิชาหรือประกาศมาตรฐานสาขาวิชาไม่ได้กำหนดเรื่องนี้ไว้ ให้หมายถึงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับวิชาการหรือวิชาชีพของหลักสูตร หรือคุณวุฒิอื่นแต่มีประสบการณ์ตรงที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร เป็นที่ประจักษ์ที่จะส่งเสริมให้การเรียนการสอนในหลักสูตรสาขานั้นบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาได้ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยการพิจารณาคุณวุฒิที่สัมพันธ์กันให้อยู่ในดุลยพินิจของสภามหาวิทยาลัย

“อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร” หมายความว่า อาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีภาระหน้าที่ในการบริหารและพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน ตั้งแต่การวางแผน การควบคุมคุณภาพ การติดตามประเมินผลและการพัฒนาหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต้องอยู่ประจำหลักสูตรนั้นตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษา โดยจะเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า ๑ หลักสูตรในเวลาเดียวกันไม่ได้ยกเว้น พหุวิทยาการหรือสหวิทยาการ ให้เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้อีกหนึ่งหลักสูตร และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสามารถซ้ำได้ไม่เกิน ๒ คน

“อาจารย์พิเศษ” หมายความว่า ผู้สอนที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำ

“การตกลงร่วมผลิต” หมายความว่า การทำข้อตกลงร่วมมือกันอย่างเป็นทางการระหว่างมหาวิทยาลัยกับองค์กรภายนอกในการพัฒนาและบริหารหลักสูตร โดยผ่านความเห็นชอบของสภามหาวิทยาลัย และองค์กรภายนอกนั้น ๆ

“องค์กรภายนอก” หมายความว่า มหาวิทยาลัยในประเทศหรือต่างประเทศที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบการศึกษาของประเทศนั้น หรือเป็นหน่วยราชการระดับกรมหรือเทียบเท่า หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือองค์การมหาชน หรือบริษัทเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หากเป็นบริษัทเอกชนที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้อยู่ในดุลยพินิจของสภามหาวิทยาลัย โดยต้องแสดงศักยภาพและความพร้อมในการร่วมผลิตบัณฑิตของบริษัทดังกล่าว และต้องให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานการอุดมศึกษา

“ประสบการณ์ด้านปฏิบัติการ” หมายความว่า การทำงานร่วมกับสถานประกอบการโดยมีหลักฐานรับรองผลการปฏิบัติงานที่เกิดประโยชน์กับสถานประกอบการ หรือหลักฐานรับรองมาตรฐานฝีมือแรงงาน หรือมีผลงานทางวิชาการประเภทการพัฒนาเทคโนโลยี หรือผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมเผยแพร่มาแล้ว

/ “นายทะเบียน” ...

- ๓ -

“นายทะเบียน” หมายความว่า ผู้ที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งและมอบหมายให้มีหน้าที่จัดทำและเก็บรักษา ทะเบียนนักศึกษา

“นักศึกษา” หมายความว่า นักศึกษาภาคปกติและนักศึกษาภาคพิเศษของมหาวิทยาลัย

“นักศึกษาภาคปกติ” หมายความว่า นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในเวลาราชการ

“นักศึกษาภาคพิเศษ” หมายความว่า นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนนอกเวลาราชการหรือโครงการพิเศษ อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาคปกติ

ข้อ ๕ ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามข้อบังคับนี้ กรณีมีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ ให้อธิการบดีเป็นผู้พิจารณาวินิจฉัยชี้ขาดและให้ถือเป็นที่สุด

หมวด ๑

บททั่วไป

ข้อ ๖ ผู้เข้าศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษา และมีคุณสมบัติตามข้อกำหนดของหลักสูตร ที่สมัครเข้าศึกษา ดังนี้

๖.๑ หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี ๕ ปี และไม่น้อยกว่า ๖ ปี) จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่า ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

๖.๒ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูงหรือเทียบเท่า หรือระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ในสาขาวิชาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่จะเข้าศึกษา ตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

๖.๓ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวน้ำทั้งทางวิชาการ และทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการต้องเป็น ผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า โดยมีคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๓.๕๐ จากระบบ ๔ ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า และมีผลการเรียนในหลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวน้ำไม่น้อยกว่า ๓.๕๐ ทุกภาคการศึกษา ในระหว่างการศึกษาในหลักสูตรแบบก้าวน้ำ หากภาคการศึกษาใดภาคการศึกษาหนึ่งมีผลการเรียนต่ำกว่า ๓.๕๐ จากระบบ ๔ ระดับคะแนนหรือเทียบเท่าจะถือว่าผู้เรียนขาดคุณสมบัติในการศึกษาหลักสูตรแบบก้าวน้ำ

ข้อ ๗ การสมัครและรับเข้าเป็นนักศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๘ มหาวิทยาลัยอาจรับโอนสถานภาพนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นมาเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ได้ตามความเห็นชอบของคณะและได้รับการอนุมัติจากอธิการบดี การเทียบโอนผลการเรียนให้เป็นไปตามระเบียบ ของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๙ ระบบการจัดการศึกษาใช้ระบบทวิภาค โดย ๑ ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น ๒ ภาคการศึกษาปกติ และอาจจัดให้มีภาคการศึกษาฤดูร้อน ๑ ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ ภาคการศึกษาฤดูร้อน กำหนดระยะเวลาการเรียน และจำนวนหน่วยกิต มีสัดส่วนเทียบเคียงกันกับภาคการศึกษาปกติ

/ ข้อ ๑๐ ...

- ๔ -

ข้อ ๑๐ กำหนดวันเปิดและปิดภาคการศึกษาของมหาวิทยาลัย มีดังนี้

ภาคการศึกษาที่ ๑	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน - ตุลาคม
ภาคการศึกษาที่ ๒	ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์
ภาคการศึกษาฤดูร้อน	ตั้งแต่เดือนมีนาคม - พฤษภาคม

ให้มหาวิทยาลัยกำหนดวันเปิดวันปิดภาคการศึกษาและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละภาคการศึกษาให้เป็นไปตามความเหมาะสมสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรโดยจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๑ การเปิดสอนหลักสูตรใด สาขาวิชาใดให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา โดยผ่านการพิจารณาให้ความเห็นชอบจากสภาวิชาการ และได้รับการอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัย

หมวด ๒

หลักสูตร

ข้อ ๑๒ โครงสร้างหลักสูตร ประกอบด้วยหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ และหมวดวิชาเลือกเสรี โดยมีสัดส่วนจำนวนหน่วยกิตของแต่ละหมวดวิชา ดังนี้

๑๒.๑ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมายถึง หมวดวิชาที่เสริมสร้างความเป็นมนุษย์ให้พร้อมสำหรับโลกในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้เป็นบุคคลผู้ใฝ่รู้และมีทักษะที่จำเป็นสำหรับศตวรรษที่ ๒๑ อย่างครบถ้วน เป็นผู้ตระหนักรู้ถึงการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหา เป็นผู้ที่สามารถสร้างโอกาสและคุณค่าให้ตนเองและสังคม รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก เป็นบุคคลที่ดำรงตนเป็นพลเมืองที่เข้มแข็ง มีจริยธรรม และยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง รู้คุณค่าและรักษาชาติกำเนิดร่วมมือรวมพลังเพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน และเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคม

มหาวิทยาลัยอาจจัดวิชาศึกษาทั่วไปในลักษณะจำแนกเป็นรายวิชาหรือลักษณะบูรณาการใด ๆ ก็ได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๒๔ หน่วยกิต และต้องแสดงการวัดและประเมินผลที่สะท้อนการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน ที่สอดคล้องกับปรัชญาและวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษาวิชาศึกษาทั่วไปได้อย่างชัดเจน

อนึ่ง การจัดวิชาศึกษาทั่วไปสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) อาจได้รับการยกเว้นรายวิชาที่ได้ศึกษามาแล้วในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือระดับอนุปริญญา ทั้งนี้ จำนวนหน่วยกิต ของรายวิชาที่ได้รับการยกเว้นดังกล่าว เมื่อนับรวมกับรายวิชาที่จะศึกษาเพิ่มเติมในหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ต้องไม่น้อยกว่า ๒๔ หน่วยกิต

๑๒.๒ หมวดวิชาเฉพาะ หมายถึง วิชาแกน วิชาเฉพาะด้าน วิชาพื้นฐานวิชาชีพ และวิชาชีพ ที่มุ่งหมายให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติงานได้ โดยให้มีจำนวนหน่วยกิตรวม ดังนี้

๑๒.๒.๑ หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) ทางวิชาการ ให้มีจำนวนหน่วยกิต หมวดวิชาเฉพาะ รวมไม่น้อยกว่า ๗๒ หน่วยกิต

/ ๑๒.๒.๒ ...

๑๒.๒.๒ หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) ทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวมไม่น้อยกว่า ๗๒ หน่วยกิต โดยต้องเรียนวิชาทางปฏิบัติการไม่น้อยกว่า ๓๖ หน่วยกิต และทางทฤษฎีไม่น้อยกว่า ๒๔ หน่วยกิต สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวมไม่น้อยกว่า ๔๒ หน่วยกิต ในจำนวนนั้นต้องเป็นวิชาทางทฤษฎีไม่น้อยกว่า ๑๘ หน่วยกิต

๑๒.๒.๓ หลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวมไม่น้อยกว่า ๙๐ หน่วยกิต

๑๒.๒.๔ หลักสูตรปริญญาตรี (ไม่น้อยกว่า ๖ ปี) ให้มีจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะรวมไม่น้อยกว่า ๑๐๘ หน่วยกิต

มหาวิทยาลัยอาจจัดหมวดวิชาเฉพาะในลักษณะวิชาเอกเดี่ยว วิชาเอกคู่หรือวิชาเอกและวิชาโทก็ได้ โดยวิชาเอกต้องมีจำนวนหน่วยกิตไม่น้อยกว่า ๓๐ หน่วยกิต และวิชาโทต้องมีจำนวนหน่วยกิตไม่น้อยกว่า ๑๕ หน่วยกิต ในกรณีที่จัดหลักสูตรแบบวิชาเอกคู่ต้องเพิ่มจำนวนหน่วยกิตของวิชาเอกอีกไม่น้อยกว่า ๓๐ หน่วยกิต และให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๑๕๐ หน่วยกิต

สำหรับหลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้า ซึ่งเป็นหลักสูตรปริญญาตรีสำหรับผู้เรียนที่มีความสามารถพิเศษ มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถระดับสูง โดยใช้หลักสูตรปกติที่เปิดสอนอยู่แล้ว แต่ให้เสริมศักยภาพของผู้เรียนโดยกำหนดให้ผู้เรียนได้ศึกษาบางรายวิชาในระดับบัณฑิตศึกษาที่เปิดสอนอยู่แล้ว และสนับสนุนให้ผู้เรียนได้ทำวิจัยทางวิชาการที่ลุ่มลึก หลักสูตรก้าวหน้าแบบวิชาการต้องมีการเรียนรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๒ หน่วยกิต

๑๒.๓ หมวดวิชาเลือกเสรี หมายถึง วิชาที่มุ่งให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ ตามที่ตนเองถนัดหรือสนใจ โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกเรียนรายวิชาใดๆ ในหลักสูตรระดับปริญญาตรีตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด และให้มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า ๖ หน่วยกิต

มหาวิทยาลัยอาจเทียบโอนผลการเรียนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ และหมวดวิชาเลือกเสรี ให้กับนักศึกษาที่มีความรู้ความสามารถที่สามารถวัดมาตรฐานได้ โดยเป็นไปตามหลักเกณฑ์ และวิธีการเทียบโอนผลการเรียนที่มหาวิทยาลัยกำหนด ทั้งนี้ นักศึกษาต้องศึกษาให้ครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตรที่เข้าศึกษา

ข้อ ๑๓ การคิดหน่วยกิตตามระบบทวิภาค

๑๓.๑ รายวิชาภาคทฤษฎี ที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๑๓.๒ รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๑๓.๓ การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนาม ที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๓๓.๕ การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนรู้อื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำโครงการหรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๓๓.๕ กิจกรรมการเรียนรู้อื่นใดที่สร้างการเรียนรู้นอกเหนือจากรูปแบบที่กำหนดข้างต้น การนับระยะเวลาในการทำกิจกรรมนั้นต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต ให้เป็นไปตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๔ คุณวุฒิ คุณสมบัติ และจำนวนอาจารย์

๑๔.๑ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ ประกอบด้วย

๑๔.๑.๑ อาจารย์ประจำหลักสูตร มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า และต้องมีผลงานทางวิชาการที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญาของตนเอง และเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย ๑ เรื่อง ในรอบ ๕ ปีย้อนหลัง

กรณีมีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่มหาวิทยาลัย หากจำเป็นบุคคลที่มาจากองค์กรนั้น อาจได้รับการยกเว้นคุณวุฒิปริญญาโทและผลงานทางวิชาการ แต่ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตรและมีประสบการณ์การทำงานในองค์กรแห่งนั้น หรือการทำงานประเภทเดียวกันอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า ๖ ปี

๑๔.๑.๒ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีคุณวุฒิและคุณสมบัติเช่นเดียวกับอาจารย์ประจำหลักสูตร จำนวนอย่างน้อย ๕ คน

กรณีมีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอก ต้องมีอาจารย์ประจำเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อย ๓ คน

กรณีที่หลักสูตรจัดให้มีวิชาเอกมากกว่า ๑ วิชาเอก ให้จัดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณวุฒิและคุณสมบัติตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอนไม่น้อยกว่าวิชาเอกละ ๓ คน

กรณีที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับสาขาวิชาที่ไม่สามารถสรรหาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรครบตามจำนวน ทางมหาวิทยาลัยต้องเสนอจำนวนและคุณวุฒิของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีนั้น ให้คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาพิจารณาเป็นรายกรณี

๑๔.๑.๓ อาจารย์ผู้สอน อาจเป็นอาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่าในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน หรือในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน

ในกรณีที่มีอาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและทำหน้าที่อาจารย์ผู้สอนก่อนที่เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ จะประกาศใช้ ให้สามารถทำหน้าที่อาจารย์ผู้สอนต่อไปได้

/ สำหรับ ...

สำหรับหลักสูตรที่มีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา หากจำเป็นบุคคลที่มาจากองค์กรนั้น อาจได้รับการยกเว้นคุณสมบัติปริญญาโท แต่ต้องมีคุณสมบัติขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีประสบการณ์การทำงานในองค์กรแห่งนั้นหรือการทำงานประเภทเดียวกันอย่างต่อเนื่องมาแล้ว ไม่น้อยกว่า ๒ ปี

กรณีอาจารย์พิเศษที่ไม่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดข้างต้น ต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ และประสบการณ์เป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับรายวิชาที่สอน โดยผ่านความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย ทั้งนี้ หากรายวิชาใดมีความจำเป็นต้องใช้อาจารย์พิเศษ ต้องมีอาจารย์ประจำร่วมรับผิดชอบกระบวนการเรียนการสอน และพัฒนานักศึกษา ตลอดระยะเวลาของการจัดการเรียนการสอนรายวิชานั้น ๆ ด้วย

๑๔.๒ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ และหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ประกอบด้วย

๑๔.๒.๑ อาจารย์ประจำหลักสูตร มีคุณสมบัติขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือมีตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า และต้องมีผลงานทางวิชาการที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษา เพื่อรับปริญญาของตนเอง และเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่ง ทางวิชาการอย่างน้อย ๑ เรื่อง ในรอบ ๕ ปีย้อนหลัง

กรณีมีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่มหาวิทยาลัย หากจำเป็นบุคคลที่มาจากองค์กรนั้น อาจได้รับการยกเว้นคุณสมบัติปริญญาโทและผลงานทางวิชาการ แต่ต้องมีคุณสมบัติขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตรและมีประสบการณ์การทำงานในองค์กรแห่งนั้นหรือการทำงานประเภทเดียวกันอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ปี

๑๔.๒.๒ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีคุณสมบัติและคุณสมบัติเช่นเดียวกับอาจารย์ประจำหลักสูตร จำนวนอย่างน้อย ๕ คน

ในกรณีของหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการที่เน้นทักษะด้านการปฏิบัติเชิงเทคนิคในศาสตร์สาขาวิชานั้น อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อย ๒ ใน ๕ คน ต้องมีประสบการณ์ด้านปฏิบัติการ

กรณีมีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอก ต้องมีอาจารย์ประจำหลักสูตรจากมหาวิทยาลัย เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อย ๓ คน

กรณีที่หลักสูตรจัดให้มีวิชาเอกมากกว่า ๑ วิชาเอก ให้จัดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณสมบัติและคุณสมบัติตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอนไม่น้อยกว่าวิชาเอกละ ๓ คน และต้องมีสัดส่วนอาจารย์ที่มีประสบการณ์ด้านปฏิบัติการ ๑ ใน ๓

กรณีที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับสาขาวิชาที่ไม่สามารถสรรหาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรครบตามจำนวน มหาวิทยาลัยต้องเสนอจำนวนและคุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนั้นให้คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาพิจารณาเป็นรายกรณี

๑๔.๒.๓ อาจารย์ผู้สอน อาจเป็นอาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน หรือในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน

ในกรณีที่มีอาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และทำหน้าที่อาจารย์ผู้สอน ก่อนที่เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๕ จะประกาศใช้ ให้สามารถทำหน้าที่อาจารย์ผู้สอนต่อไปได้

สำหรับหลักสูตรที่มีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา หากจำเป็น บุคคลที่มาจากองค์กรนั้น อาจได้รับการยกเว้นคุณวุฒิปริญญาโทแต่ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีประสบการณ์การทำงานในองค์กรแห่งนั้นหรือการทำงานประเภทเดียวกันอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า ๖ ปี

กรณีอาจารย์พิเศษที่ไม่มีคุณวุฒิตามที่กำหนดข้างต้น ต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์เป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับรายวิชาที่สอน โดยผ่านความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย ทั้งนี้ หากรายวิชาใดมีความจำเป็นต้องใช้อาจารย์พิเศษต้องมีอาจารย์ประจำร่วมรับผิดชอบกระบวนการเรียนการสอนและพัฒนา นักศึกษาตลอดระยะเวลาของการจัดการเรียนการสอนรายวิชานั้น ๆ ด้วย

ข้อ ๑๕ การพัฒนาหลักสูตร ให้ทุกหลักสูตรพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย โดยมีการประเมินและรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรทุกปีการศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรเป็นระยะ ๆ อย่างน้อยตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร หรือทุกรอบ ๕ ปี

หมวด ๓

การลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๖ นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนด้วยตนเองในแต่ละภาคการศึกษาตามกำหนดวันเวลา สถานที่ วิธีการลงทะเบียน และรายวิชาที่เปิดสอน ตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๖.๑ นักศึกษาชั้นปีที่ ๑ จะต้องลงทะเบียนเรียนให้ครบจำนวนหน่วยกิตตามหลักสูตรชั้นปีที่ ๑ ของแต่ละหลักสูตรที่กำหนดไว้ในแต่ละภาคการศึกษา

๑๖.๒ นักศึกษาภาคปกติชั้นปีที่ ๒ ขึ้นไป ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติ และภาคการศึกษาดูเรียนให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต ยกเว้นภาคการศึกษาที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา

นักศึกษาภาคพิเศษชั้นปีที่ ๒ ขึ้นไป จะต้องลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาไม่น้อยกว่า ๙ หน่วยกิต และไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต ภาคการศึกษาดูเรียนให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิต ยกเว้นภาคการศึกษาที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา

หากมหาวิทยาลัยมีเหตุผลและความจำเป็นพิเศษ การลงทะเบียนเรียนที่มีจำนวนหน่วยกิตแตกต่างไปจากเกณฑ์ข้างต้นก็อาจทำได้ โดยการอนุมัติของสภามหาวิทยาลัย แต่ต้องไม่กระทบต่อมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา

/ ๑๖.๓ ...

๑๖.๓ หน่วยกิตขั้นต่ำที่กำหนดไว้ไม่ใช่บังคับกับนักศึกษาที่ศึกษาครบทุกรายวิชาตามหลักสูตร แต่ยังมีรายวิชาที่สอบตกหรือมีคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนดหรือภาคการศึกษาที่คาดว่าจะป็นภาคการศึกษาสุดท้ายก่อนที่จะสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

๑๖.๔ ในการลงทะเบียนเรียน หากรายวิชาใดมีข้อกำหนดในหลักสูตรว่าต้องเคยศึกษาหรือสอบผ่านวิชาบังคับก่อน (Pre-requisite) นักศึกษาจะต้องเคยศึกษาหรือสอบผ่านรายวิชาบังคับก่อนนั้นแล้วจึงจะมีสิทธิ์ลงทะเบียนเรียน

๑๖.๕ การลงทะเบียนเรียนให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๖.๖ การลงทะเบียนเรียนร่วมในรายวิชาใด ๆ ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ผู้สอน

๑๖.๗ การลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาต้องกระทำตามวันเวลาที่กำหนดตามประกาศของมหาวิทยาลัย และต้องชำระค่าเล่าเรียนและหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

๑๖.๘ นักศึกษาที่ไม่ได้ลงทะเบียนเรียนภายในวัน เวลาที่กำหนดตามประกาศของมหาวิทยาลัย ในแต่ละภาคการศึกษา จะหมดสิทธิ์ในการลงทะเบียนเรียนสำหรับภาคการศึกษานั้น เว้นแต่มีเหตุผลและความจำเป็น โดยผ่านความเห็นชอบของคณบดีหรือผู้ที่คณบดีมอบหมาย และได้รับอนุมัติจากอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย

๑๖.๙ ในภาคการศึกษาปกติใด หากนักศึกษาไม่ได้ลงทะเบียนเรียนจะต้องขอลาพักการศึกษาสำหรับภาคการศึกษานั้น เพื่อรักษาสถานภาพนักศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัยในแต่ละภาคการศึกษา โดยต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสถานภาพนักศึกษา นักศึกษาที่ไม่ได้รักษาสถานภาพนักศึกษา มหาวิทยาลัยจะถอนชื่อการเป็นนักศึกษา

๑๖.๑๐ การลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาฤดูร้อนของนักศึกษาภาคปกติให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๖.๑๑ ในภาคการศึกษาฤดูร้อน หากนักศึกษาภาคพิเศษไม่ได้ลงทะเบียนเรียน จะต้องขอลาพักการศึกษาสำหรับภาคการศึกษานั้น เพื่อรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาตามประกาศของมหาวิทยาลัยในแต่ละภาคการศึกษา โดยต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสถานภาพนักศึกษา นักศึกษาที่ไม่ได้รักษาสถานภาพนักศึกษา มหาวิทยาลัยจะถอนชื่อการเป็นนักศึกษา

๑๖.๑๒ อธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายอาจอนุมัติให้นักศึกษาที่ถูกถอนชื่อตาม ๑๖.๙ หรือ ๑๖.๑๑ กลับเข้าเป็นนักศึกษาใหม่ได้ถ้ามีเหตุผลสมควร โดยให้ถือว่าระยะเวลาที่ถูกถอนชื่อนั้นเป็นระยะเวลาพักการศึกษา โดยนักศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๖.๑๓ การลงทะเบียนเรียนจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ต่อมหาวิทยาลัยครบถ้วน

ข้อ ๑๗ การเพิ่มและถอนรายวิชา

๑๗.๑ การเพิ่มและถอนรายวิชาต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

๑๗.๒ การเพิ่มรายวิชาจะกระทำได้ภายใน ๑๔ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาสำหรับภาคการศึกษาปกติหรือภายใน ๗ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาสำหรับภาคการศึกษาดูเรียน

สำหรับนักศึกษาภาคพิเศษการเพิ่มรายวิชาจะกระทำได้ภายใน ๑๔ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาหรือภายใน ๙ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาสำหรับภาคการศึกษาดูเรียน

๑๗.๓ การถอนรายวิชาจะกระทำได้ก่อนกำหนดการสอบปลายภาคไม่น้อยกว่า ๑๔ วัน สำหรับภาคการศึกษาปกติหรือก่อนกำหนดการสอบปลายภาคไม่น้อยกว่า ๗ วัน สำหรับภาคการศึกษาดูเรียน

๑๗.๔ ขั้นตอนการเพิ่ม และถอนรายวิชา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๘ การโอนสถานภาพนักศึกษาจากนักศึกษาภาคพิเศษไปสู่ศึกษาภาคปกติต้องผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด การโอนสถานภาพจากนักศึกษาภาคปกติไปสู่ภาคพิเศษสามารถกระทำได้

ข้อ ๑๙ การย้ายคณะหรือสาขาวิชาสามารถกระทำได้โดยยื่นคำร้องขอย้ายคณะหรือสาขาวิชาให้เสร็จสิ้นก่อนวันเปิดภาคการศึกษาแรกของปีการศึกษา เป็นเวลา ๑๐ วัน และได้รับความเห็นชอบจากคณบดีและอธิการบดีอนุมัติ

ข้อ ๒๐ ให้มีการเทียบโอนผลการเรียนในรายวิชาที่ได้ศึกษาแล้วในระดับเดียวกัน

หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการเทียบโอนผลการเรียนให้เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี

หมวด ๔

การเรียนการสอน

ข้อ ๒๑ การจัดการเรียนการสอนจัดเป็นคาบ คาบละไม่น้อยกว่า ๑ ชั่วโมง ทั้งการจัดการศึกษาภาคปกติและภาคพิเศษ

ข้อ ๒๒ มหาวิทยาลัยอาจจัดให้นักศึกษาภาคปกติเรียนนอกเวลาราชการได้

ข้อ ๒๓ ภาคการศึกษาปกติหรือภาคการศึกษาดูเรียนให้อาจารย์คนหนึ่ง ๆ สอนภาคปกติและภาคพิเศษได้ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๔ รายวิชาที่เปิดสอนหลายหมู่เรียนในภาคการศึกษาเดียวกันให้อาจารย์ผู้สอนใช้แนวการสอนข้อสอบและใช้เกณฑ์การวัดและประเมินผลเดียวกัน

ข้อ ๒๕ เพื่อเป็นการควบคุมการจัดการศึกษาให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

๒๕.๑ มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบฟอร์มที่มหาวิทยาลัยกำหนด อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา

๒๕.๒ จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชาและรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบฟอร์มที่มหาวิทยาลัยกำหนด ภายใน ๓๐ วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา

๒๕.๓ จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.๗ ภายใน ๖๐ วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา

ข้อ ๒๖ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา ในสาขาวิชาต่าง ๆ ให้มหาวิทยาลัยแต่งตั้งคณะกรรมการทำหน้าที่ กำกับ ดูแลหรือควบคุม เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ข้อ ๒๗ ให้มหาวิทยาลัยสนับสนุนการจัดหาหรือผลิตสื่อ เพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนรายวิชาและพัฒนาสื่อทัศนูปกรณ์พื้นฐาน สื่อการเรียนการสอนให้มีมาตรฐาน และเพียงพอกับจำนวนนักศึกษา

ข้อ ๒๘ ให้มหาวิทยาลัยแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและสนับสนุนทางวิชาการ วิธีการเรียน ควบคุมแผนการเรียน และประเมินความก้าวหน้าในการเรียน

ข้อ ๒๙ ให้คณะทำหน้าที่กำหนดแผนการเรียนแต่ละหลักสูตรโดยประสานกับกองบริการการศึกษา ควบคุมการเรียนการสอนให้ได้มาตรฐาน และให้ความเห็นชอบการประเมินผลรายวิชา โดยให้เป็นไปตามแนวทางหมวด ๕ ของข้อบังคับนี้

ข้อ ๓๐ ให้มหาวิทยาลัยแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารวิชาการ ทำหน้าที่กำกับดูแลกิจกรรมทางวิชาการ และการจัดการศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ ตามนโยบายของมหาวิทยาลัย

หมวด ๕

การวัดผลและประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๓๑ การประเมินผลการศึกษาแต่ละรายวิชาเป็นหน้าที่ของอาจารย์ผู้ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่สอนในรายวิชานั้น ๆ โดยความเห็นชอบของคณบดี

ข้อ ๓๒ ทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนต้องสอบปลายภาคการศึกษา โดยผู้เรียนจะมีสิทธิสอบในแต่ละรายวิชาต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมด ผู้ที่มีเวลาเรียนระหว่างร้อยละ ๖๐ - ๘๐ อาจอนุญาตให้มีสิทธิสอบได้โดยความเห็นชอบของคณบดี ส่วนผู้ที่มีเวลาเรียนต่ำกว่าร้อยละ ๖๐ ไม่มีสิทธิสอบในรายวิชานั้น

ข้อ ๓๓ การประเมินผลการศึกษาทุกรายวิชา ให้ผู้สอนประเมินผลจากความรู้ความสามารถในการเรียนรู้ ทักษะการปฏิบัติและพัฒนาการด้านจิตใจไปพร้อม ๆ กัน โดยกำหนดเป็นสัดส่วนคะแนนระหว่างภาคการศึกษาและคะแนนปลายภาคตามความเหมาะสมของแต่ละวิชา

นอกจากที่กำหนดตามวรรคหนึ่งแล้ว ผู้สอนอาจประเมินผลจากหลักเกณฑ์ตามที่หลักสูตรนั้น ๆ กำหนด โดยผ่านความเห็นชอบของสภามหาวิทยาลัย

/ ข้อ ๓๔ ...

ข้อ ๓๔ สัญลักษณ์การประเมินผลการศึกษาในรายวิชาต่าง ๆ ตามหลักสูตรเป็น ๒ ระบบ ดังนี้

๓๔.๑ ระบบค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น ๘ ระดับ

ระดับการประเมิน	ความหมายของผลการศึกษา	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	๔.๐๐
B+	ดีมาก (Very Good)	๓.๕๐
B	ดี (Good)	๓.๐๐
C+	ดีพอใช้ (Fairly Good)	๒.๕๐
C	พอใช้ (Fair)	๒.๐๐
D+	อ่อน (Poor)	๑.๕๐
D	อ่อนมาก (Very Poor)	๑.๐๐
F	ตก (Fail)	ไม่คิดค่าระดับคะแนน

๓๔.๒ ระบบไม่มีค่าระดับคะแนน กำหนดสัญลักษณ์การประเมิน ดังนี้

ระดับการประเมิน	ความหมายของผลการศึกษา
PD	ผ่านดีเยี่ยม (Pass with Distinction)
P	ผ่าน (Pass)
NP	ไม่ผ่าน (Not Pass)

ระบบในข้อ ๓๔.๒ นี้ ใช้สำหรับประเมินผลรายวิชาที่หลักสูตรบังคับให้เรียนเพิ่มตามข้อกำหนดเฉพาะ และรายวิชาที่สภามหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนเพิ่ม แต่การลงทะเบียนเรียนต้องเป็นไปตาม ลำดับวิชาที่แต่ละหลักสูตร กำหนด

รายวิชาที่เป็นวิชาบังคับ และได้ผลการประเมินเป็น “F” หรือ “NP” นักศึกษาต้องลงทะเบียน เรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้

กรณีที่สอบตกในรายวิชาเลือกสามารถเปลี่ยนไปเลือกวิชาเลือกอื่นแทนได้

ส่วนการประเมินรายวิชาในกลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา ถ้าได้ระดับการประเมิน ต่ำกว่า “C” หรือระดับการประเมินเป็น “NP” ถือว่าสอบตก และต้องลงทะเบียนเรียนใหม่ ถ้าได้ระดับการประเมิน ต่ำกว่า “C” หรือระดับการประเมินเป็น “NP” เป็นครั้งที่สอง ถือว่าหมดสถานภาพการเป็นนักศึกษา

กรณีนักศึกษาที่ทุจริตหรือร่วมทุจริตในการสอบรายวิชาใด ให้นักศึกษาผู้นั้นได้รับผลการเรียน “F” ในรายวิชานั้น และมหาวิทยาลัยพิจารณาโทษเพิ่มเติมตามควรแก่กรณี”

ข้อ ๓๕ สัญลักษณ์อื่น มีดังนี้

Au (Audit) ใช้สำหรับการลงทะเบียนเพื่อร่วมฟัง โดยไม่นับหน่วยกิต

W (Withdraw) ใช้สำหรับบันทึกหลังจากนักศึกษาขอลอนรายวิชานั้น ก่อนกำหนดสอบปลาย ภาคไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์หรือตามประกาศของมหาวิทยาลัยและในกรณีที่นักศึกษาลาพักการศึกษาหรือถูกสั่งให้พัก การศึกษาหลังจากลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้นแล้ว

/ I (Incomplete) ...

I (Incomplete) ใช้สำหรับบันทึกการประเมินที่ไม่สมบูรณ์ในรายวิชาดังต่อไปนี้

(๑) I ใช้สำหรับนักศึกษายังปฏิบัติงานซึ่งเป็นส่วนประกอบการศึกษารายวิชานั้นยังไม่สมบูรณ์

(๒) I* ใช้สำหรับนักศึกษาขาดสอบเพราะป่วยหรือมีเหตุสุดวิสัยและได้รับอนุมัติจากคณบดี

นักศึกษาที่ได้ "I" ในรายวิชาใด ให้อาจารย์ผู้สอนรายงานผลการสอบในภาคการศึกษาถัดไป
ที่นักศึกษามีสิทธิ์ลงทะเบียนเรียน หากพ้นกำหนดดังกล่าวมหาวิทยาลัยจะเปลี่ยนผลการเรียน จาก "I" เป็น "F"
รายวิชาที่การวัดผลการเรียนยังไม่สมบูรณ์โดยมีผลการเรียนเป็น I หรือ I* ให้นักศึกษาได้เป็นการ
ชั่วคราว จนกว่าจะได้รับผลการเรียนในรายวิชานั้น

ข้อ ๓๖ รายวิชาที่ได้รับการเทียบโอนผลการเรียนให้ปฏิบัติตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียนให้ได้ผลการประเมินเป็น "P"

ข้อ ๓๗ ให้มีการสอบเพื่อประเมินผลทุกรายวิชา

๓๗.๑ การสอบแบ่งเป็น ๓ ประเภทคือ การสอบย่อย การสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค

๓๗.๒ การกำหนดจำนวนครั้ง วิธีการสอบ และคะแนนสอบให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้สอน

ข้อ ๓๘ การส่งผลการเรียนแต่ละรายวิชาให้ผู้สอนแจกแจงคะแนน เป็นคะแนนระหว่างภาคการศึกษา
คะแนนสอบปลายภาค คะแนนรวม และผลการประเมินตามแบบฟอร์มที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๓๙ ให้คณบดีกำกับดูแลการประเมินผลการสอนของอาจารย์ในแต่ละรายวิชาให้เกิดความเหมาะสม
เป็นไปตามข้อบังคับนี้ และมีอำนาจในการลงนามอนุมัติผลการประเมินรายวิชาประจำภาคการศึกษา

ข้อ ๔๐ การหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ย

๔๐.๑ การหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคการศึกษา และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้
คิดเป็นทศนิยม ๒ ตำแหน่ง โดยไม่ปัดเศษ โดยคิดจากผลรวมของระดับคะแนนแต่ละรายวิชาที่สอบได้ คูณกับจำนวน
หน่วยกิตทุกรายวิชาที่สอบได้ ทหารด้วยจำนวนหน่วยกิตรวมทั้งหมดของรายวิชาที่สอบได้ สำหรับรายวิชาที่มีผลการเรียน
เป็น "I" ไม่นำหน่วยกิตมารวมเป็นตัวหาร

๔๐.๒ กรณีสอบตกการบันทึกผลการเรียนในระเบียนนั้น ให้นักศึกษาเฉพาะผลการเรียนในรายวิชา
ที่สอบได้เท่านั้น

๔๐.๓ กรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำกับรายวิชาที่สอบได้แล้วหรือรายวิชาที่สอบตกให้นัก
หน่วยกิตและค่าระดับคะแนนครั้งที่ดีที่สุด เพื่อคำนวณค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเพียงครั้งเดียวเพื่อรวมหน่วยกิตตามเกณฑ์
มาตรฐานของหลักสูตร

หมวด ๖

การเก็บเงินและการจ่ายเงินบำรุงการศึกษาและค่าธรรมเนียมการศึกษา

ข้อ ๔๑ การเก็บเงินและการจ่ายเงินบำรุงการศึกษาและค่าธรรมเนียมการศึกษาทุกระบบ ให้เป็นไป
ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย ว่าด้วย การรับจ่ายเงินเพื่อจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ในระบบนั้น ๆ

/ หมวด ๗ ...

- ๑๔ -

หมวด ๗

การลาและการพ้นสถานภาพนักศึกษา

ข้อ ๔๒ การลาป่วยหรือลาจก ให้นักศึกษายื่นใบลาต่ออาจารย์ผู้สอน ผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา กรณีลาป่วยเกิน ๗ วัน ให้นำใบรับรองแพทย์ประกอบการขอลาป่วยด้วย

นักศึกษาที่ได้รับการอนุมัติให้ลา มีสิทธิได้รับการผ่อนผันการสอบและการนับเวลาเรียน

ข้อ ๔๓ การลาพักการเรียน นักศึกษาที่ประสงค์ลาพักการเรียนด้วยกรณีใด ๆ หรือถูกสั่งให้พักการเรียน เพราะเหตุมีความผิดนักศึกษาต้องยื่นคำร้องขอลาพักการเรียนที่กองบริการการศึกษา และต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาทุกภาคการศึกษา

ข้อ ๔๔ การพ้นสถานภาพนักศึกษา

นักศึกษาจะพ้นสถานภาพนักศึกษาด้วยเหตุดังต่อไปนี้

๔๔.๑ ตาย

๔๔.๒ ลาออก

๔๔.๓ โอน ย้ายไปสถาบันการศึกษาอื่น

๔๔.๔ ทำผิดข้อบังคับหรือระเบียบของมหาวิทยาลัยอย่างร้ายแรง โดยมหาวิทยาลัยประกาศให้พ้นสถานภาพนักศึกษา

๔๔.๕ ไม่ลงทะเบียนเรียนภายในเวลาที่กำหนด และมีได้ลาพักการเรียน เว้นแต่มีเหตุจำเป็นและได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัย

๔๔.๖ เรียนครบหลักสูตร และได้รับอนุมัติให้สำเร็จการศึกษา

ข้อ ๔๕ นอกจากการพ้นสถานภาพนักศึกษาตามเกณฑ์ในข้อ ๔๔ แล้ว นักศึกษาภาคปกติจะพ้นสถานภาพนักศึกษา เมื่อนักศึกษาไม่ผ่านการประเมินผลการเรียนในกลุ่มการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา เป็นครั้งที่ ๒ ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๔๖ นอกจากการพ้นสถานภาพนักศึกษาตามเกณฑ์ในข้อ ๔๔ แล้ว นักศึกษาภาคพิเศษจะพ้นสถานภาพนักศึกษา เมื่อนักศึกษาไม่ผ่านการประเมินผลการเรียนในกลุ่มการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา เป็นครั้งที่ ๒ ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวด ๘

การสำเร็จหลักสูตรและการเสนอให้ได้รับปริญญา

ข้อ ๔๗ ในภาคการศึกษาสุดท้ายที่นักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา นักศึกษาจะต้องยื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาที่กองบริการการศึกษา

ข้อ ๔๘ นักศึกษาภาคปกติที่สำเร็จการศึกษาต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

๔๘.๑ มีความประพฤติดีตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๔๘.๒ สอบได้รายวิชาต่าง ๆ ครบตามหลักสูตรและเงื่อนไขของหลักสูตร

/ ๔๘.๓ ...

๔๘.๓ ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

๔๘.๔ ผ่านการประเมินการร่วมกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๔๘.๕ ผ่านการทดสอบการประเมินความรู้และทักษะพื้นฐานที่จำเป็นตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๔๘.๖ มีเวลาเรียน สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ไม่ต่ำกว่า ๔ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๔ ปี ไม่ต่ำกว่า ๖ ภาคการศึกษาปกติ

ทั้งนี้ การสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เรื่องมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชานั้น ๆ

ข้อ ๔๙ นักศึกษาภาคพิเศษที่สำเร็จการศึกษาต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนทุกข้อ ดังนี้

๔๙.๑ มีคุณสมบัติตามข้อ ๔๘.๑ ๔๘.๒ และ ๔๘.๓

๔๙.๒ มีเวลาเรียน สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ไม่ต่ำกว่า ๖ ภาคการศึกษา สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๔ ปี ไม่ต่ำกว่า ๔ ภาคการศึกษา

ทั้งนี้ การสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เรื่องมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชานั้น ๆ

ข้อ ๕๐ นักศึกษาที่เรียนได้จำนวนหน่วยกิตครบตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหลักสูตรได้คะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ถึง ๒.๐๐ ให้เลือกเรียนรายวิชาเพิ่มเติมเพื่อปรับระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้ถึง ๒.๐๐ จึงจะสำเร็จการศึกษา

ข้อ ๕๑ นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ที่จะได้รับการเสนอให้ได้รับเกียรตินิยมจะต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามเกณฑ์ ดังนี้

๕๑.๑ ผู้ที่จะได้รับเกียรตินิยมอันดับ ๑ ต้องสอบได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือประกาศนียบัตรอื่นใดที่เทียบเท่าจากสถาบันเดิม ไม่น้อยกว่า ๓.๖๐ และเรียนครบตามหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากการศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ไม่น้อยกว่า ๓.๖๐

ผู้ที่จะได้รับเกียรตินิยมอันดับ ๒ ต้องสอบได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือประกาศนียบัตรอื่นใดที่เทียบเท่าจากสถาบันเดิม ไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ และเรียนครบตามหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากการศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ไม่น้อยกว่า ๓.๒๕

ทั้งนี้ นักศึกษาที่จะได้รับการเสนอให้ได้รับเกียรตินิยมจะต้องมีคุณสมบัติตามข้อ ๕๑.๒ และ ๕๑.๓ ด้วย

๕๑.๒ สอบได้ในรายวิชาใด ๆ ไม่ต่ำกว่า C ตามระบบค่าระดับคะแนน หรือไม่ได้ NP ตามระบบ ไม่มีค่าระดับคะแนน

๕๑.๓ นักศึกษาภาคปกติ มีเวลาศึกษาไม่เกิน ๔ ภาคการศึกษาปกติสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ไม่เกิน ๘ ภาคการศึกษาปกติสำหรับหลักสูตร ๔ ปี

นักศึกษาภาคพิเศษ มีเวลาศึกษาไม่เกิน ๘ ภาคการศึกษาสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) และไม่เกิน ๑๔ ภาคการศึกษาสำหรับหลักสูตร ๔ ปี

๕๑.๔ นักศึกษาไม่เคยได้รับผลการเรียน F หรือไม่เคยลงทะเบียนเรียนซ้ำกับรายวิชาใดรายวิชาหนึ่ง

/ ข้อ ๕๒ ...

- ๑๖ -

- ข้อ ๕๒ ให้สภาวิชาการเป็นผู้อนุมัติการประเมินผลการศึกษาตามหลักสูตร
- ข้อ ๕๓ ปริญญาบัตรและใบแสดงผลการศึกษา ให้ระบุชื่อปริญญา ชื่อสาขาวิชา และชื่อวิชา ให้ตรงกับที่ระบุไว้ในเอกสารหลักสูตรฉบับที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษารับรอง

หมวด ๙
การประเมินผลการจัดการศึกษา

- ข้อ ๕๔ การประกันคุณภาพของหลักสูตร ให้ทุกหลักสูตรกำหนดระบบการประกันคุณภาพของหลักสูตรตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด
- ข้อ ๕๕ ให้มหาวิทยาลัยประเมินการสอนของอาจารย์ทุกภาคการศึกษา เพื่อให้อาจารย์ผู้สอนพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการสอน
- ข้อ ๕๖ คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ประเมิน ปรับปรุง และพัฒนาหลักสูตรทุก ๆ ๕ ปี

บทเฉพาะกาล

- ข้อ ๕๗ ให้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.๒๕๖๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ยังมีผลใช้บังคับกับการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ดำเนินการอยู่ก่อนวันที่ใช้ข้อบังคับนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๓ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

พลเอก



(วุฒินันท์ สิตายุธ)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ข้อบังคับฯ ที่ ๒ / ๒๕๖๖

ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี ฉบับที่ 5 พ.ศ.2565



**ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๕)
พ.ศ. ๒๕๖๕**

โดยเป็นการสมควรปรับปรุงแก้ไขระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติมให้เหมาะสมยิ่งขึ้น อาศัยอำนาจตามความใน มาตรา ๑๘ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ และมติที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ครั้งที่ ๗/๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๖๕ สภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จึงออกระเบียบไว้ดังนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๖๕”

ข้อ ๒ ระเบียบนี้ใช้บังคับสำหรับนักศึกษาที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๖๕ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกความในข้อ ๑๐ ของระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วย การเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยให้ใช้ข้อความต่อไปนี้แทน

“ข้อ ๑๐ การบันทึกผลการเทียบโอน ให้ปฏิบัติ ดังนี้

(๑) รายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่ได้รับการเทียบโอน จะบันทึกผลเป็นรายวิชาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

(๒) ผลการเรียนของรายวิชาที่เทียบโอนได้ให้บันทึกค่าระดับคะแนนเป็น “P”

(๓) นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ก่อนเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัย และขอเทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ให้บันทึกผลการเทียบโอนเป็นข้อความจำนวนหน่วยกิตที่ได้รับการเทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ๓๐ หน่วยกิต โดยไม่ต้องบันทึกผลเป็นรายวิชาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

(๔) กรณีนักศึกษาสำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงหรือระดับอนุปริญญาขอเทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ให้บันทึกผลการเรียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปตามระดับของหลักสูตรที่ศึกษาดังนี้

๔.๑ หลักสูตรระดับปริญญาตรี ๔ ปี ให้บันทึกผลการเทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปเป็นข้อความจำนวนหน่วยกิตที่ได้รับการเทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ๒๑ หน่วยกิต โดยไม่ต้องบันทึกผลเป็นรายวิชาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย กรณีต่ำกว่า ๒๑ หน่วยกิต นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนเมื่อนับรวมหน่วยกิตแล้วต้องไม่น้อยกว่า ๓๐ หน่วยกิต ตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๔.๒ หลักสูตรระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ให้ได้รับการเทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ๒๑ หน่วยกิต ตามคำรับรองการเทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปจากคณะ โดยไม่ต้องบันทึกผลการเทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กรณีต่ำกว่า ๒๑ หน่วยกิต นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนเมื่อนับรวมหน่วยกิตแล้วต้องไม่น้อยกว่า ๓๐ หน่วยกิต ตามประกาศของมหาวิทยาลัย”

-๒-/ข้อ ๔ ให้ยกเลิก...

ข้อ ๔ ให้ยกเลิกความในข้อ ๑๑ ของระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยให้ใช้ข้อความต่อไปนี้แทน

"ข้อ ๑๑ ผู้ขอเทียบโอนผลการเรียนตามระเบียบนี้ จะต้องชำระค่าธรรมเนียมในการเทียบโอนหน่วยกิตละ ๒๐๐ บาท ยกเว้นนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ไม่ต้องชำระค่าเทียบโอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป"

ประกาศ ณ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๕



(นายประเสริฐ ศิริ)

อุปนายกสภามหาวิทยาลัยปฏิบัติหน้าที่แทน
นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ภาคผนวก ฉ

โครงสร้างเปรียบเทียบหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 กับ
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 กับ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566

1. โครงสร้างหลักสูตรเดิมเปรียบเทียบกับหลักสูตรปรับปรุง

หลักสูตรเดิม (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)	หลักสูตรใหม่ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)
<p>1. ชื่อหลักสูตร</p> <p>ภาษาไทย บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด</p> <p>ภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Marketing</p>	<p>1. ชื่อหลักสูตร</p> <p>ภาษาไทย บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด</p> <p>ภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Marketing</p>
<p>2. ชื่อปริญญา</p> <p>ชื่อเต็ม</p> <p>ภาษาไทย : บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)</p> <p>ภาษาอังกฤษ B.B.A. (Marketing)</p>	<p>2. ชื่อปริญญา</p> <p>ชื่อเต็ม</p> <p>ภาษาไทย : บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)</p> <p>ภาษาอังกฤษ B.B.A. (Marketing)</p>
<p>3. ปรัชญาและวัตถุประสงค์</p> <p>ปรัชญาของหลักสูตร</p> <p>ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และทักษะการตลาดสมัยใหม่ สามารถนำไปปฏิบัติจริงและมีคุณธรรมจริยธรรม</p> <p>วัตถุประสงค์ของหลักสูตร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อผลิตบัณฑิตสายบริหารธุรกิจ โดยเน้นความรู้และทักษะ ด้านการตลาดสมัยใหม่ในระดับวิชาชีพ 2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีเจตคติที่ดี มีคุณธรรม และทักษะเพียง พอที่จะสามารถดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนา ตนเองให้มีความรับผิดชอบต่อชุมชนในท้องถิ่น 3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่สนองความต้องการของตลาดแรงงาน และ สอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 4. เพื่อให้บัณฑิตมีความรู้และความสามารถเพื่อเป็นแนวทางใน การศึกษาระดับสูงต่อไป 	<p>3. ปรัชญาและวัตถุประสงค์</p> <p>ปรัชญาของหลักสูตร</p> <p>ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และทักษะการตลาดสมัยใหม่ สามารถ นำไปปฏิบัติจริงและมีคุณธรรมจริยธรรม เพื่อเป็นพลเมืองที่มีคุณค่า และสามารถเป็นผู้นำที่มีความรับผิดชอบ ที่ส่งผลต่อการพัฒนา ประเทศอย่างมั่นคงและยั่งยืน</p> <p>วัตถุประสงค์ของหลักสูตร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ ที่มีความรู้ ความเข้าใจใน แนวคิดทฤษฎี ด้านการตลาดและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถ เชื่อมโยงความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อการวางแผน วิเคราะห์ ตัดสินใจ และปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย 2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะและประสบการณ์ด้านการตลาด อย่างเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานด้วยเจตคติที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม และพัฒนาตนเองให้มีความรับผิดชอบต่อชุมชนในท้องถิ่น 3. ผลิตบัณฑิตที่สนองความต้องการของตลาดแรงงาน และ สอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 4. เพื่อให้บัณฑิตมีความรู้และความสามารถเพื่อเป็นแนวทางใน การศึกษาระดับสูงต่อไป
<p>4.ระบบการลงทะเบียน</p> <p>การลงทะเบียนเรียนเป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏ</p>	<p>4.ระบบการลงทะเบียน</p> <p>การลงทะเบียนเรียนเป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏ</p>

หลักสูตรเดิม (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)	หลักสูตรใหม่ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)
รำไพพรรณี	รำไพพรรณี
5. ระบบการวัดผล การวัดผลประเมินผลการศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี	5. ระบบการวัดผล การวัดผลประเมินผลการศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
6. การสำเร็จการศึกษา การสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี	6. การสำเร็จการศึกษา การสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
7. หลักสูตร 7.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 125 หน่วยกิต 7.2 กลุ่มวิชาการศึกษาทั่วไป จำนวนหน่วยกิตวิชาการศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต ประกอบด้วย 1. กลุ่มวิชาคุณธรรม จริยธรรม 9 หน่วยกิต 2. กลุ่มวิชานำความรู้สู่สากล 6 หน่วยกิต 3. กลุ่มวิชาความอดทน 6 หน่วยกิต 4. กลุ่มวิชาฉลาดคิดและการจัดการ และเลือกเรียน 3 หน่วยกิต 7.3 กลุ่มวิชาเฉพาะ จำนวนหน่วยกิตวิชาเฉพาะ 89 หน่วยกิต ประกอบด้วย 1. กลุ่มวิชาแกน 30 หน่วยกิต 2. กลุ่มวิชาเอก กลุ่มวิชาเอกบังคับ 39 หน่วยกิต กลุ่มวิชาเอกเลือก 15 หน่วยกิต กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา 5/8 หน่วยกิต 7.4 กลุ่มวิชาเลือกเสรี วิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต	7. หลักสูตร 7.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 122 หน่วยกิต 7.2 กลุ่มวิชาการศึกษาทั่วไป จำนวนหน่วยกิตวิชาการศึกษาทั่วไป 24 หน่วยกิต ประกอบด้วย 1. กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร 9 หน่วยกิต 2. กลุ่มวิชามนุษย์และสังคม 9 หน่วยกิต 3. กลุ่มวิชาวิทย์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต 7.3 กลุ่มวิชาเฉพาะ จำนวนหน่วยกิตวิชาเฉพาะ 92 หน่วยกิต ประกอบด้วย 1. กลุ่มวิชาแกน 30 หน่วยกิต 2. กลุ่มวิชาเอก กลุ่มวิชาเอกบังคับ 39 หน่วยกิต กลุ่มวิชาเอกเลือก 15 หน่วยกิต กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา 8 หน่วยกิต 7.4 กลุ่มวิชาเลือกเสรี วิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต
8. อาจารย์ประจำหลักสูตร (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตติมา สิงห์ธรรม (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศตวรรษ ทิพย์ใส (3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฤดีวรรณ ยิ่งยง (4) ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุษรา บรรจงการ (5) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธัญญาณี นิยมกิจ	8. อาจารย์ประจำหลักสูตร (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฤดีวรรณ ยิ่งยง (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตติมา สิงห์ธรรม (3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธัญญาณี นิยมกิจ (4) ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุษรา บรรจงการ (5) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศตวรรษ ทิพย์ใส

2. สารการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรายวิชาของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
หมวดวิชาเฉพาะ มีรายวิชาที่เปลี่ยนแปลง ดังนี้

หลักสูตรเดิม (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)	หลักสูตรใหม่ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)	หมายเหตุ
2.1 กลุ่มวิชาแกน 30 หน่วยกิต	2.1 กลุ่มวิชาแกน 30 หน่วยกิต	
บังคับเรียนรายวิชาต่อไปนี้ 30 หน่วยกิต	บังคับเรียนรายวิชาต่อไปนี้ 30 หน่วยกิต	
3003101 ภาษาอังกฤษเชิงปฏิบัติ 1 3(2-2-5)	3003101 ภาษาอังกฤษเชิงปฏิบัติ 1 3(2-2-5)	
3061101 การจัดการการค้าและทุนมนุษย์ 3(3-0-6)	3064201 องค์การสมัยใหม่และการจัดการ เชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)	
3021901 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)	3021901 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)	
3022102 การจัดการการค้าดำเนินงาน 3(3-0-6)	3022102 การจัดการการค้าดำเนินงาน 3(3-0-6)	
3031103 หลักการบัญชี 3(3-0-6)	3031103 หลักการบัญชี 3(3-0-6)	
3034301 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)	3034301 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)	
3041101 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)	3041101 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)	
3042101 ภาษีอากรธุรกิจ 3(3-0-6)	3042101 ภาษีอากรธุรกิจ 3(3-0-6)	
3051101 หลักการตลาด 3(3-0-6)	3051101 หลักการตลาด 3(3-0-6)	
3081901 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 3(3-0-6)	3081002 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(3-0-6)	
2.2 กลุ่มวิชาเอก 59 หน่วยกิต	2.2 กลุ่มวิชาเอก 62 หน่วยกิต	
2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ 39 หน่วยกิต	2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ 39 หน่วยกิต	
บังคับเรียนวิชาต่อไปนี้ 39 หน่วยกิต	บังคับเรียนรายวิชาต่อไปนี้ 39 หน่วยกิต	
3052101 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)	3052101 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ 3(3-0-6)	-เปลี่ยนชื่อวิชา และปรับ คำอธิบายรายวิชา
3052102 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)	3052102 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)	
3052103 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ 3(3-0-6)	3052103 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ 3(3-0-6)	
3052104 การตลาดบริการ 3(3-0-6)	3052104 การตลาดบริการ 3(3-0-6)	
3052105 การใช้คอมพิวเตอร์สำหรับการตลาด 3(3-0-6)	-----	
	3052106 กลยุทธ์ราคา 3(3-0-6)	- วิชาใหม่
3053101 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)	3053101 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)	
3053102 การจัดการช่องทางการตลาด 3(3-0-6)	3053102 ช่องทางการตลาดและ การกระจายสินค้า 3(3-0-6)	-ปรับชื่อวิชา
3053103 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)	3053103 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)	
3053104 การวิจัยทางการตลาด 3(2-2-5)	3053104 การวิจัยทางการตลาด 3(2-2-5)	
3053105 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)	3053105 การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)	-ปรับชื่อวิชา
	3053208 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)	-ย้ายเป็นเอก
3054101 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2-5)	3054101 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2-5)	บังคับ
3054102 การคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด 3(2-2-5)	-----	-ย้ายเป็นเอก
3053203 การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3(3-0-6)	-----	เลือก

หลักสูตรเดิม (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)	หลักสูตรใหม่ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)	หมายเหตุ
2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก 15 หน่วยกิต ให้เลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้จำนวน 15 หน่วยกิต	2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก 15 หน่วยกิต ให้เลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้จำนวน 15 หน่วยกิต	
3052202 การจัดการการขาย 3(3-0-6)	3052105 การใช้คอมพิวเตอร์สำหรับการตลาด 3(3-0-6)	-ย้ายจากเอกบังคับ
3052204 ศิลปะการขาย 3(3-0-6)	3052202 การจัดการการขายสมัยใหม่ 3(3-0-6)	-ปรับชื่อวิชาใหม่
3053201 การตลาดทางตรง 3(3-0-6)	3052204 ศิลปะการขาย 3(3-0-6)	
	-----	-ยกเลิกวิชา
	3053201 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	-วิชาใหม่
3053204 การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด 3(3-0-6)	3053204 การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด 3(3-0-6)	
3053205 การจัดการการค้าปลีก 3(3-0-6)	3053205 หลักการค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)	-เปลี่ยนชื่อวิชา
	3053207 การตลาดเกษตร 3(3-0-6)	-เปลี่ยนชื่อวิชา
3053207 การตลาดเกษตรและสหกรณ์ 3(3-0-6)	-----	-ย้ายไปเอกบังคับ
3053208 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)	-----	-ยกเลิกวิชา
3053209 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(2-2-5)	-----	-เปลี่ยนชื่อวิชา
3053210 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)	3053210 การตลาดอย่างยั่งยืน 3(3-0-6)	-เปลี่ยนชื่อวิชา
3053211 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)	3053211 การตลาดเนื้อหาและการเล่าเรื่อง 3(3-0-6)	-เปลี่ยนชื่อวิชา
3053121 การพยากรณ์ยอดขาย 3(3-0-6)	3053121 การพยากรณ์ยอดขาย 3(3-0-6)	
	3054102 ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด 3(3-0-6)	-ย้ายมาจากเอกบังคับ
	3054103 การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3(3-0-6)	-ย้ายมาจากเอกบังคับ
3054201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด 3(2-2-5)	3054201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด 3(2-2-5)	
3054202 การจัดการตราสินค้า 3(3-0-6)	3054202 การจัดการตราสินค้า 3(3-0-6)	
3054203 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0-6)	-----	-ย้ายไปเอกบังคับ
3054204 จริยธรรมทางการตลาด 3(3-0-6)	3054204 จริยธรรมทางการตลาด 3(3-0-6)	
3054205 การส่งออกและการนำเข้า 3(3-0-6)	3054205 การส่งออกและการนำเข้า 3(3-0-6)	
3054206 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ 3(3-0-6)	3054206 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ 3(3-0-6)	
	3054207 ปัญหาพิเศษทางการตลาด 3(2-2-5)	-วิชาใหม่
	3054208 ความรู้พื้นฐานการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)	-วิชาใหม่
	3054209 โมเดลธุรกิจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0-6)	-วิชาใหม่

2.2.3 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษา	2.2.3 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษา	
บังคับเรียนรายวิชาต่อไปนี้ 5 หน่วยกิต ให้เลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้อย่างน้อย 2 หน่วยกิต	บังคับเรียนรายวิชาต่อไปนี้ 8 หน่วยกิต ให้เลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้อย่างน้อย 2 หน่วยกิต	
3054801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การตลาด 2(90)	3054801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การตลาด 2(90)	
3054998 เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด 2(90)	3054998 เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด 2(90)	
และเลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้อย่างน้อย 3 หน่วยกิต	และเลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้อย่างน้อย 3 หน่วยกิต	
3054802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การตลาด 3(350)	3054802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การตลาด 6(640)	
3054999 สหกิจศึกษาทางการตลาด 6(450)	3054999 สหกิจศึกษาทางการตลาด 6(640)	

หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

หลักสูตรเดิม (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)	หลักสูตรใหม่ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)
ให้เลือกเรียนรายวิชาใดๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ที่ไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้วและต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้	ให้เลือกเรียนรายวิชาใดๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ที่ไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้วและต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้

ภาคผนวก ข

ตารางเปรียบเทียบวิชาที่สามารถเรียนแทนกันได้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 กับ
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2568

ตารางเทียบรายวิชาที่สามารถเรียนแทนกันได้
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 กับ
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563 (หลักสูตรเดิม)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 (หลักสูตรปรับปรุง)		
รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาแกน			กลุ่มวิชาแกน		
3003101	ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 1	3(2-2-5)	3003101	ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ1	3(2-2-5)
3061101	การจัดองค์การและทุนมนุษย์	3(3-0-6)	3062401	องค์การสมัยใหม่และการจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
3021901	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)	3021901	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
3022102	การจัดการการดำเนินงาน	3(3-0-6)	3022102	การจัดการการดำเนินงาน	3(3-0-6)
3031103	หลักการบัญชี	3(3-0-6)	3031103	หลักการบัญชี	3(3-0-6)
3034301	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	3034301	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
3041101	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)	3041101	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
3042101	ภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)	3042101	ภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
3051101	หลักการตลาด	3(3-0-6)	3051101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
กลุ่มวิชาเอกบังคับ			กลุ่มวิชาเอกบังคับ		
3052102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)	3052102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
3052103	กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)	3052103	กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
3052104	การตลาดบริการ	3(3-0-6)	3052104	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
3053101	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)	3053101	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
3053102	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)	3053102	ช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า	3(3-0-6)
3053103	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	3053103	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
3053104	การวิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)	3053104	การวิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)
3053105	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)	3053105	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
3054101	สัมมนาทางการตลาด	3(2-2-5)	3054101	สัมมนาทางการตลาด	3(2-2-5)
3053203	การตลาดอุตสาหกรรม	3(3-0-6)	3054203	การตลาดอุตสาหกรรม	3(3-0-6)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563 (หลักสูตรเดิม)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 (หลักสูตรปรับปรุง)		
รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาแกน			กลุ่มวิชาแกน		
3003101	ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ 1	3(2-2-5)	3003101	ภาษาอังกฤษธุรกิจเชิงปฏิบัติ1	3(2-2-5)
	ท่องเที่ยว			ท่องเที่ยว	
กลุ่มวิชาเอกเลือก			กลุ่มวิชาเอกเลือก		
3052202	การจัดการการขาย	3(3-0-6)	3052202	การจัดการการขายสมัยใหม่	3(3-0-6)
3052204	ศิลปะการขาย	3(3-0-6)	3052204	ศิลปะการขาย	3(3-0-6)
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 (หลักสูตรเดิม)			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568 (หลักสูตรปรับปรุง)		
รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	รหัส	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
3053204	การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด	3(3-0-6)	3053204	การบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด	3(3-0-6)
3053205	การจัดการการค้าปลีก	3(3-0-6)	3053205	หลักการค้าปลีกและพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	3(3-0-6)
3053207	การตลาดเกษตรและสหกรณ์	3(3-0-6)	3053207	การตลาดเกษตร	3(3-0-6)
3053210	การตลาดเพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)	3053210	การตลาดอย่างยั่งยืน	3(3-0-6)
3053212	การพยากรณ์ยอดขาย	3(3-0-6)	3053212	การพยากรณ์ยอดขาย	3(3-0-6)
3054201	การประยุกต์ใช้โปรแกรม สำเร็จรูปทางการตลาด	3(3-0-6)	3054201	การประยุกต์ใช้โปรแกรม สำเร็จรูปทางการตลาด	3(3-0-6)
3054202	การจัดการตราสินค้า	3(3-0-6)	3054202	การจัดการตราสินค้า	3(3-0-6)
3054204	จริยธรรมทางการตลาด	3(3-0-6)	3054204	จริยธรรมทางการตลาด	3(3-0-6)
3054205	การส่งออกและนำเข้า	3(3-0-6)	3054205	การส่งออกและนำเข้า	3(3-0-6)
3054206	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ	3(3-0-6)	3054206	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ	3(3-0-6)

ภาคผนวก ซ
ข้อมูลสรุปการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสีย
ประกอบการจัดทำ PLO

ข้อมูลสรุปการแลกเปลี่ยนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
กิจกรรม “วจก.พบมีส่วนได้ส่วนเสีย” วันที่ 12 กรกฎาคม 2566
ประกอบการจัดทำ PLO

ประเด็น	ผู้มีส่วนได้เสีย		PLO
	ผู้ประกอบการ/ผู้ใช้บัณฑิต	ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน	
ความคาดหวังในความสามารถวิชาการ/การปฏิบัติงาน ของนักศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้ทางการเงินและการลงทุน - การทำกิจกรรมทางการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความคิดสร้างสรรค์สูง , มีพลังในการลงมือทำ - เป็นที่ต้องการ มีส่วนร่วมสร้างตัวตนและภาพลักษณ์ของตนเองให้ได้ - เก่งด้านเทคโนโลยี - เรียนรู้สภาพ แวดล้อม ปรับตัวเร็ว - มีความยืดหยุ่นในการทำงาน (เวลางาน , ใอเดีย , ความคิด , แชร์) 	<p>PLO3 สามารถสร้างและจัดการ ทำแผนการตลาด สามารถ ทำงานเป็นทีม นำเสนองานเชิง สร้างสรรค์ โดยผ่านสื่อ ต่าง ๆ</p> <p>POL5 สามารถใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ และดิจิทัล ใช้ เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล เชิงสถิติ วัดประสิทธิภาพของ แคมเปญการตลาดได้ (Analytics tools) จัดทำ รายงานและนำเสนอข้อมูลผล การดำเนินงานการตลาดแก่ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม</p>

<p>ความคาดหวังต่อความสามารถพื้นฐานที่ส่งผลต่อการทำงาน ของนักศึกษา</p>	<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาสามารถมีความรู้พื้นฐานโปรแกรม Excel - การหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต - การรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มา 	<ul style="list-style-type: none"> - มีทักษะในการแก้ปัญหา - มีการทำงานที่เป็นระบบ มีการวางแผนการทำงาน - Team work 	<p>PLO4 มีบุคลิกภาพที่ดี มีทักษะด้าน การ สื่อ สาร และความสามารถในการทำงานเป็นทีม และพัฒนาตนเองภายใต้ความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม</p>
---	---	--	---

ประเด็น	ผู้มีส่วนได้เสีย		PLO
	ผู้ประกอบการ/ผู้ใช้บัณฑิต	ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน	
ความคาดหวังต่อคุณลักษณะ คุณธรรมจริยธรรม และ จรรยาบรรณ ของนักศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีความซื่อสัตย์ - ความรับผิดชอบของงานที่ได้รับ - ความอดทนต่อสถานการณ์ที่มีความกดดัน - ความซื่อสัตย์ - ความนอบน้อมถ่อมตน - ความตรงต่อเวลา - ความกระตือรือร้น - PDPA ข้อมูลส่วนบุคคล 	<p>เก่งงาน - เก่งคน - เก่งตน - เก่งคิด - เก่งเปลี่ยนแปลง - เก่งการใช้ชีวิต</p>	PLO4 มีบุคลิกภาพที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบ สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจ และพัฒนาตนเองภายใต้ความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม
ท่านเห็นว่ารูปแบบการเรียนการสอนในลักษณะใดที่สามารถส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดองค์ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - สอนใช้จำลองการทำงานจริง - การรวบรวมข้อมูล - การวิเคราะห์ข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> - โปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ในสาขาวิชาอาชีพนั้นๆ - ระบุให้จำเพาะเน้นใช้งานได้จริง - ให้มีการดูงานจริง ณ.สถานประกอบการตามสาขาวิชาที่เรียนจะให้เห็นการทำงานจริง 	POL5 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ หรือเชิงลึกวัดประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดได้ (Analytics tools) จัดทำรายงานและนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานการตลาดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม

<p>รูปแบบการสนับสนุนการเรียนรู้จากสถานประกอบการ ในลักษณะใดที่ช่วยส่งเสริมความรู้ ทักษะและ ประสบการณ์ทางวิชาชีพ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีการเยี่ยมชม สถานประกอบการ - แผนก การทำงานแต่ละสถานประกอบการ 	<ul style="list-style-type: none"> - สอนวิชาพื้นฐาน + วิชาหลักที่เรียนที่ต้องใช้จริง - ดูงานสถานประกอบการสถานที่จริง - ฝึกงาน ฝึกวิชาชีพ 	<p>PLO1 มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการบริหารจัดการและปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์</p> <p>PLO2 มีความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินการตลาดโดยปรับให้เข้ากับภูมิทัศน์ทางการตลาดภายในประเทศและการตลาดระหว่างประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของตลาดสามารถจัดทำแผนการตลาด การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การใช้ทฤษฎีทางด้านการตลาด เช่น การวิเคราะห์สภาวะตลาดปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้บริโภค วิเคราะห์การแข่งขัน เป็นต้น</p> <p>PLO3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สามารถถ่ายทอดแนวคิด กลยุทธ์การตลาด และแคมเปญทางการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลายไปยังผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>
--	--	---	--

