

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
รับทราบให้ความเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรนี้แล้ว ในระบบ CHECO
เมื่อวันที่ 7 พ.พ. 2563
ลงนาม.....



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

สารบัญ

	หน้า
รายละเอียดของหลักสูตร	1
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)	1
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	1
รหัสและชื่อหลักสูตร	1
ชื่อปริญญาและสาขาวิชา	1
วิชาเอก	1
จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร	1
รูปแบบของหลักสูตร	2
สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร	2
ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตร คุณภาพและมาตรฐาน	2
อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา.....	3
ชื่อ- ชื่อสกุล คุณวุฒิการศึกษา สถาบันการศึกษา และปี พ.ศ. ที่สำเร็จ การศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	3
สถานที่จัดการเรียนการสอน	4
สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการ วางแผนหลักสูตร.....	4
ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจ ของสถาบัน.....	5
ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน ..	7
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	8
ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	8
แผนพัฒนาปรับปรุง	9
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร	11
ระบบการจัดการศึกษา	11
การดำเนินการหลักสูตร	11
หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษา)	27
ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย.	27
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	29
การพัฒนาคูณลักษณะพิเศษของนักศึกษา.	29
การพัฒนาผลการเรียนรู้ของแต่ละด้าน หมวดวิชาศึกษาทั่วไป.....	30
แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จาก	
หลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป.....	30
การพัฒนาผลการเรียนรู้ของแต่ละด้าน หมวดวิชาเฉพาะ.....	37
แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จาก	
หลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาเฉพาะ.....	41
ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา.....	47
หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	48
กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)	48
กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา	48
เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร	49
หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์	50
การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่	50
การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์	50
หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร	51
การกำกับมาตรฐาน	51
บัณฑิต	52
นักศึกษา	53
อาจารย์	54
หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน	56
สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	57
ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)	58

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	60
การประเมินประสิทธิผลของการสอน	60
การประเมินหลักสูตรในภาพรวม	60
การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร	61
การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุงหลักสูตรและแผนกลยุทธ์ การสอน	62
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก คำอธิบายรายวิชา	63
ภาคผนวก ข ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา การตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 กับ หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563.....	81
ภาคผนวก ค ประวัติและผลงานของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	157
ภาคผนวก ง ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ว่าด้วยการศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557.....	171
ภาคผนวก จ คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	185

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
คณะ วิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

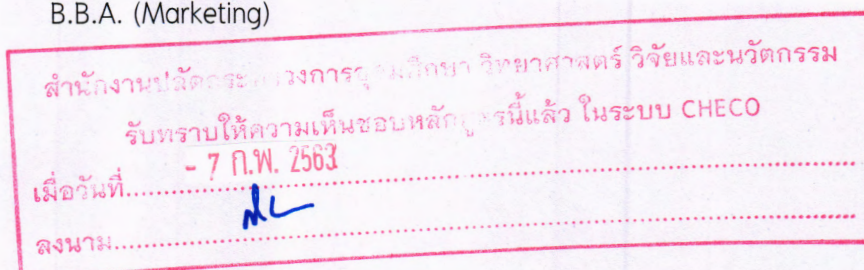
รหัสหลักสูตร 25481441102409
ชื่อหลักสูตร
ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อ (ไทย) : บธ.บ. (การตลาด)
ชื่อเต็ม (อังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ (อังกฤษ) : B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอก

ไม่มี



4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

5.2 ประเภทของหลักสูตร

หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

5.3 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

5.4 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างชาติ

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

ไม่มี

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

☒ หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)

ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558)

สภาวิชาการ เห็นชอบในการนำเสนอหลักสูตรต่อสภามหาวิทยาลัย

ในการประชุม ครั้งที่ 10/2562 วันที่ 14 สิงหาคม 2562

สภามหาวิทยาลัย เห็นชอบหลักสูตรในการประชุม

ครั้งที่ 11/2562 วันที่ 4 กันยายน 2562

เปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2563

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตร คุณภาพ และมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 ในปีการศึกษา 2565

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- 8.1 นักการตลาด/นักการตลาดระหว่างประเทศ
- 8.2 นักขาย/นักบริหารลูกค้าสัมพันธ์
- 8.3 นักวางแผนกลยุทธ์การตลาด
- 8.4 นักวิจัยตลาด/นักวิเคราะห์การตลาด
- 8.5 นักสื่อสารการตลาด/นักการตลาดดิจิทัล
- 8.6 นักวิชาการด้านการตลาด
- 8.7 ที่ปรึกษาด้านการตลาด
- 8.8 ประกอบกิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ

9. ชื่อ-ชื่อสกุล คุณวุฒิการศึกษา สถาบันการศึกษา และ ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ที่	ชื่อ-ชื่อสกุล	คุณวุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จ การศึกษา
1	อาจารย์ ดร. นัทธ์หทัย เกาตระกูล	บธ.ด. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสยาม	2556
		บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2552
		ศศ.บ. (ประวัติศาสตร์)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2548
2	อาจารย์ ดร. จินดาภา ศรีสำราญ	ปร.ด. (การพัฒนาเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีชุมชน)	มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่	2560
		บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2543
		ศศ.บ. (อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว)	สถาบันราชภัฏ เชียงใหม่	2539
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานพ ชุ่มอุ่น	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2539
		วท.บ. (จิตวิทยา)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2533
4	อาจารย์ พรรณรัตน์ บุญกว้าง	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2546
		ศษ.บ. (ประถมศึกษา)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2535
5	อาจารย์พรพิมล กาบบัว	พบ.ม. (บริหาร ทรัพยากรมนุษย์)	สถาบันบัณฑิตพัฒน บริหารศาสตร์ (นิด้า)	2539
		บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2529

รับทราบให้ความเห็นชอบหลักสูตรแล้ว ในระบบ CHECK
- 7 ก.พ. 2563
เมื่อวันที่.....
ลงนาม.....

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผน

หลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค ได้รายงานแนวโน้มภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2562 โดยคาดว่าจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเพราะได้รับแรงสนับสนุนด้านการใช้จ่ายภาคครัวเรือนที่มีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ดี โดยการลงทุนภาครัฐและภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวที่สูงขึ้นในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง รวมถึงการขยายตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลกที่สนับสนุนการขยายตัวของการส่งออกได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทิศทางการค้าการผลิตและการลงทุนระหว่างประเทศ ที่มีแนวโน้มจะมีการขยายตัวเช่นเดียวกัน ส่งผลให้ความต้องการบุคลากรในตลาดแรงงานมีสูงมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (2560-2564) ที่มีหลักการพัฒนาประเทศที่สำคัญ คือ ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืน และคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา รวมทั้งการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นผู้ประกอบการทางเทคโนโลยี (Technopreneur) และสร้างสังคมผู้ประกอบการให้มีทักษะการทำธุรกิจที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ประกอบนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งเน้นกลยุทธ์สู่เศรษฐกิจฐานองค์ความรู้ (Knowledge-based Economy) ทำให้ความต้องการกำลังคนคุณภาพในธุรกิจมีแนวโน้มที่สูงขึ้นเป็นอย่างมาก

11.2 สถานการณ์ หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

ประเทศไทยกำลังก้าวสู่สังคมสูงวัย ทั้งนี้จากโครงสร้างประชากรที่มีผู้สูงวัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานลดลง อีกทั้งในส่วนของคนรุ่นใหม่จะมีค่านิยมและทัศนคติในการทำงานที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อน รวมถึงจากการที่ประเทศไทยได้เข้าสู่บริบทของการเปลี่ยนแปลงทั้งโลกการค้าเสรี และสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ทำให้ต้องยอมรับและผูกติดกับโลกภายนอกในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และข้อมูลข่าวสาร ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยต้องตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างประชากร และผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ดังเห็นได้จากช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่มุ่งสร้างความเข้าใจต่อสังคมถึงการเปลี่ยนแปลงและการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างต่อเนื่อง และนำมาเป็นเงื่อนไขต่อการกำหนดประเด็นการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 และฉบับที่ 12

โดยจัดทำแผนประชากรเพื่อการพัฒนาประเทศระยะยาว 20 ปี เพื่อรับมือกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางประชากร ที่สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาประเทศในแต่ละช่วงเวลา ตลอดจนได้วางรากฐานพัฒนาประชากรที่มีคุณภาพ ร่วมยกระดับการพัฒนาประเทศไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้วตามเป้าหมายการพัฒนาของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งแนวทางการพัฒนาประชากรที่สำคัญคือ (1) การส่งเสริมให้ประชากรไทยทุกคนเกิดมามีคุณภาพ พร้อมทั้งจะพัฒนาได้อย่างเต็มศักยภาพ (2) การพัฒนาคุณภาพคนไทยทุกช่วงวัยเพื่อเป็นพลังต่อการเจริญเติบโตของประเทศ และ (3) การเตรียมความพร้อมประชากรไทยเข้าสู่สังคมสูงวัย ที่มีสวัสดิการสังคมอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ จากพลวัตการเปลี่ยนแปลงโลกที่ก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมืองของทุกประเทศในประชาคมโลก ทำให้การปรับแนวทางการศึกษาเพื่อพัฒนาบัณฑิตให้มีความพร้อมสู่ศตวรรษใหม่ ได้เพิ่มความท้าทายในการพัฒนาการศึกษาให้เป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง อีกทั้งสภาพสังคมที่มีผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาตั้งแต่ปี 2561 จะเป็นกลุ่มประชากร “Generation Z” ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่เกิดและเติบโตมาพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อยู่ในครอบครัวที่มีความหลากหลายด้านเชื้อชาติ ภาษา และวัฒนธรรม มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการและเป็นผู้มีจิตอาสา ประกอบกับการคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมีความเสี่ยงด้านแรงงานจะถูกแทนที่ด้วยปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และระบบอัตโนมัติ ซึ่งจะมีผลทำให้อาชีพต่าง ๆ อาจเลือนหายไปได้ ตลอดจนแนวโน้มในอนาคตที่ผู้เรียนจะเลือกทำงานก่อน แล้วจึงศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมภายหลัง หรือการเรียนรู้ควบคู่กับการทำงาน และนโยบายของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.) ที่ต้องทำงานตอบโจทย์ความต้องการของประเทศ โดยมีภารกิจมอบหมายให้มหาวิทยาลัยเป็นหน่วยงานหลักที่สำคัญในการยกระดับการพัฒนากำลังคนของประเทศ การสร้างงานวิจัย พัฒนา และส่งเสริมนวัตกรรมที่สร้างสรรค์ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ทำให้สถาบันอุดมศึกษาต้องปรับทิศทางการจัดการศึกษาเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

จากผลกระทบของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ทางสังคม และวัฒนธรรม ทำให้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จำเป็นต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยได้วางแนวทางการพัฒนาหลักสูตรเพื่อเตรียมความพร้อมของทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งทุกคนจะต้องมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต คือ การเรียนรู้ 3R ประกอบด้วยทักษะการอ่าน การเขียน และการคิดคำนวณ และทักษะ 7C คือทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ

การสร้างสรรคและนวัตกรรม ความเข้าใจความต่างวัฒนธรรม การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร สารสนเทศและรู้เท่าทันสื่อ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารและทักษะ อาชีพและทักษะการเรียนรู้ อันจะเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อก้าวสู่การสร้างสังคมแห่งปัญญา และ ช่วยขับเคลื่อนให้เกิดผลในการพัฒนาการศึกษาและการเรียนรู้ของไทยในทางปฏิบัติได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น การวางแผนพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรในครั้งนี้ ได้คำนึงและตระหนักถึง ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ในการเตรียมพร้อมด้านกำลังคนและ การเสริมสร้างศักยภาพของบัณฑิต มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพทุนมนุษย์ของประเทศและ การพัฒนาทักษะการทำงานและความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงาน และทักษะที่ จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 โดยปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรที่มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิต ให้เป็นนักการตลาดมืออาชีพที่มีคุณภาพและเตรียมพร้อมสู่สังคม 4.0 ที่ต้องเรียนรู้อย่าง มีเป้าหมาย ด้วยการพัฒนาด้านเนื้อหาการเรียนการสอนให้ทันสมัย ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพิ่มความรู้และทักษะด้านดิจิทัลและนวัตกรรม เพิ่มทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ ทักษะด้าน ภาษา และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เน้นการสร้างนวัตกรรมและการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ และฝึกฝนให้เกิดการเรียนรู้ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ใน การทำงานได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ แต่ก็ไม่ละทิ้งความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้ หลักการทำงานที่มีคุณธรรม เป็นพลเมืองดี มีระเบียบวินัย และมีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคงและเข้มแข็ง

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

หลักสูตรมีความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่มุ่งเน้นผลิต บัณฑิตให้มีคุณภาพและมาตรฐานวิชาชีพ ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน และสอดคล้อง กับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันผลิตบัณฑิตที่มีอัตลักษณ์ มีคุณภาพ มีสมรรถนะ และเป็น สถาบันหลักที่บูรณาการองค์ความรู้สู่นวัตกรรมในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับ ประเทศในพันธกิจด้านผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพ มีทัศนคติที่ดี เป็นพลเมืองดีในสังคมและ มีสมรรถนะ มีความรู้ ความสามารถเชิงวิชาการ วิชาชีพ พร้อมด้วยคุณลักษณะคนไทย ตามพระราโชบายด้านการศึกษาทั้ง 4 ประการ คือ มีทัศนคติที่ถูกต้อง มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคงและ เข้มแข็ง มีงานทำ มีอาชีพ และเป็นพลเมืองดี มีระเบียบวินัย และสมรรถนะบัณฑิตตามมาตรฐาน วิชาการและวิชาชีพ รวมถึงการมีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

หมวดศึกษาศาสตร์ทั่วไป กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ และหมวดวิชาเลือกเสรี

13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดให้ภาควิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เปิดสอนรายวิชาดังต่อไปนี้สำหรับหลักสูตรอื่น

13.2.1 หลักการตลาด

13.2.2 นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์

13.2.3 รายวิชาในหมวดวิชาเลือกเสรี

13.3 การบริหารจัดการ

หลักสูตรดำเนินการโดยอาจารย์ประจำหลักสูตรมีการประสานงานร่วมกับอาจารย์ผู้แทนจากภาควิชาอื่นที่เกี่ยวข้องด้านเนื้อหาสาระ การจัดตารางเรียนและตารางสอบให้สอดคล้องกับมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

นักการตลาดที่มีคุณภาพและศักยภาพ ต้องมีสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาการและวิชาชีพ สามารถบูรณาการและประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด ร่วมกับนวัตกรรมและเทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาธุรกิจและการทำงานได้อย่างสร้างสรรค์ ใฝ่เรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ มีเจตคติที่ดีในงานการตลาด ควบคู่กับความเป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีคุณธรรมและยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ

1.2 ความสำคัญ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นหลักสูตรที่สร้างบัณฑิตเพื่อไปพัฒนาเศรษฐกิจและองค์กรธุรกิจให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสเศรษฐกิจโลกและรองรับกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่เน้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการพาณิชย์ และรู้เท่าทันถึงการเปลี่ยนแปลงในบรรทัดฐานใหม่ของเศรษฐกิจโลก (New Normal) ซึ่งหลักสูตรได้ออกแบบให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน คือ ด้านคุณธรรมและจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบและด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และตามมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561 มาตรฐานที่ 1 ด้านผลลัพธ์ ผู้เรียนที่ต้องการให้ผู้เรียนเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถและความรอบรู้ด้านต่าง ๆ ในการสร้างสัมมาอาชีพ เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหา และเป็นพลเมืองที่เข้มแข็ง มีความกล้าหาญทางจริยธรรมและยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยออกแบบเนื้อหารายวิชา และการจัดการเรียนการสอนที่มีทั้งภาคทฤษฎีซึ่งจะเป็นการสร้างสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาการ และการฝึกปฏิบัติที่จะเป็นการสร้างสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาชีพ โดยให้ผู้เรียนมีองค์ความรู้ ทักษะ และสมรรถนะในการทำงานด้านการตลาดหรือธุรกิจ อันจะสามารถทำงานในสถานประกอบการ หรือประกอบกิจการส่วนตัว หรืออาชีพอิสระได้ทันทีหลังสำเร็จการศึกษา

1.3 วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีลักษณะที่พึงประสงค์ ดังนี้

1.3.1 มีองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาดสมัยใหม่ ที่สามารถประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานด้านการตลาดขององค์กร ให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจยุคใหม่ รวมถึงมีวิสัยทัศน์ในการสร้างสรรค์ธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้เป็นอย่างดี

1.3.2 มีทักษะวิชาชีพทางการตลาด ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และสามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

1.3.3 มีทักษะในการวิเคราะห์และการคิดเชิงวิพากษ์และเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้บริบททางธุรกิจดิจิทัล มีความเป็นพลวัตสูง รวมถึงรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก และสามารถบูรณาการองค์ความรู้ทางการตลาดในการจัดการและแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระบบ

1.3.4 มีภาวะความเป็นผู้นำ ที่สามารถบูรณาการองค์ความรู้และประสบการณ์ให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้หลักการทำงานตามหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1.3.5 เป็นพลเมืองดีที่เข้มแข็ง และมีคุณภาพของสังคม ที่มีจิตสำนึกในการทำงานงานด้านการตลาด มีระเบียบวินัย คุณธรรม และจริยธรรมตามจรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพ

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
ด้านการบริหารหลักสูตร		
1. การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาด ให้ได้มาตรฐานไม่ต่ำกว่าที่เกณฑ์ที่สกอ. กำหนด	1. พัฒนาหลักสูตรให้เทียบเคียงกับหลักสูตรในระดับสากล 2. ตรวจ ติดตาม ประเมินผลหลักสูตรให้ทันสมัยตามเกณฑ์การประกันคุณภาพ	1. เล่ม หลักสูตรที่ได้รับ การปรับปรุง (มคอ.2) 2. รายงานผลการประเมินหลักสูตร (มคอ.7)
2. การพัฒนาหลักสูตรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตหรือตลาดแรงงาน	1. ติดตามการเปลี่ยนแปลงความต้องการบุคลากรในตลาดแรงงานหรือสถานประกอบการต่าง ๆ 2. สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาวิชาการตลาด 3. สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านวิชาการและวิชาชีพกับหน่วยงานภายนอกทั้ง	1. รายงานผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตของสถานประกอบการ/ผู้ใช้บัณฑิต 2. ระดับความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตของสถานประกอบการ โดยเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ระดับดีหรือระดับ 3.51 ขึ้นไป

	ภาครัฐและภาคเอกชนในการร่วมมือกันยกย่องและพัฒนาหลักสูตร	3. จำนวนเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการหรือการวิจัยไม่น้อยกว่า 1 แห่ง
<u>ด้านการบริหารบุคลากร</u> 1. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ โดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม เป็นเครื่องมือ	1. ส่งเสริม และสนับสนุนบุคลากรในการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือการทำผลงานทางวิชาการ 2. สนับสนุนให้บุคลากรทำงานวิจัย งานบริการวิชาการ เข้าร่วมอบรม สัมมนา รวมถึงการศึกษาดูงานในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง	1. คุณวุฒิ /ตำแหน่งทางวิชาการของบุคลากร 2. อาจารย์มีงานวิจัยต่อเนื่อง หรือโครงการบริการวิชาการอย่างน้อย 1 โครงการต่อปี หรือจำนวนอาจารย์ที่เข้ารับการฝึกอบรม นำเสนอผลงานทางวิชาการและการวิจัย และการศึกษาดูงานในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดหรือธุรกิจ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70
<u>ด้านการจัดการเรียนการสอน และการพัฒนานักศึกษา</u> 1. การสนับสนุนและส่งเสริมระบบสารสนเทศและสื่อดิจิทัลในการเรียนการสอน 2. การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการเรียน การสอน และการบริการวิชาการแก่สังคม	1. พัฒนาระบบสารสนเทศและสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัยที่สนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง 2. สนับสนุนให้อาจารย์และนักศึกษาได้ใช้องค์ความรู้ในวิชาชีพบูรณาการร่วมกับการเรียน การสอน และการวิจัยอย่างเป็นระบบ	1. ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อระบบสารสนเทศและสื่อการเรียนการสอน 2. จำนวนชิ้นงานหรือโครงการหรือกิจกรรมที่บูรณาการระหว่าง การเรียน การสอนกับการบริการวิชาการหรือการวิจัย

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

การจัดการศึกษาเป็นระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ
1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษา ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

หากมีความจำเป็นสามารถจัดการเรียนการสอนภาคฤดูร้อน ระยะเวลา 9 สัปดาห์
ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 มิถุนายน – ตุลาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 ตุลาคม – กุมภาพันธ์

ภาคการศึกษาฤดูร้อน มีนาคม – พฤษภาคม

หรือเป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 ต้องสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า

2.2.2 ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและ/หรือ
เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

ใช้ระบบคัดเลือกตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

การปรับตัวของนักศึกษาในสถานศึกษาใหม่ นักศึกษามีข้อจำกัดทางทักษะการใช้
ภาษาอังกฤษ ปัญหาในการปรับตัวด้านการเรียน และการเข้ากับเพื่อนใหม่ รวมถึงปัญหาใน
การปรับตัวให้เข้ากับระเบียบและกฎเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

2.4 กลยุทธ์การดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

2.4.1 จัดปฐมนิเทศแก่นักศึกษาชั้นปีที่ 1 เพื่อสร้างความเข้าใจในระเบียบ กฎเกณฑ์ แนวปฏิบัติในสถานศึกษา การจัดประชุมผู้ปกครอง และการจัดระบบการให้คำปรึกษาแนะแนว

2.4.2 จัดอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อคอยให้คำแนะนำแนะนำ ปรึกษาทั้งด้านการเรียนและการดำเนินชีวิตและจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมความถนัดและความสนใจของนักศึกษา

2.4.3 จัดสอนเสริมเพื่อปรับพื้นฐานภาษาอังกฤษ และทักษะการสื่อสารให้แก่นักศึกษา

2.5 แผนรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2563	2564	2565	2566	2567
ชั้นปีที่ 1	150	150	150	150	150
ชั้นปีที่ 2	-	150	150	150	150
ชั้นปีที่ 3	-	-	150	150	150
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	150	150
รวม	150	300	450	600	600
คาดว่าจะจบการศึกษา				150	150

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย บาท)

รายละเอียดรายรับ	2563	2564	2565	2566	2567
ค่าบำรุงการศึกษา					
ค่าลงทะเบียน	2,100,000	4,200,000	6,300,000	8,400,000	8,400,000
เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	6,839,760	7,362,946	7,910,322	8,483,342	8,963,542
รวมรายรับ	8,939,760	11,562,946	14,210,322	16,883,342	17,363,542

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย บาท)

รายละเอียดรายจ่าย	ปีงบประมาณ				
	2563	2564	2565	2566	2567
ก. งบดำเนินการ					
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	6,719,760	7,122,946	7,550,322	8,003,342	8,483,542
2. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน(ไม่รวม 3)	120,000	240,000	360,000	480,000	480,000
3. ทุนการศึกษา					
4. รายจ่ายระดับมหาวิทยาลัย	150,000	300,000	450,000	600,000	600,000
รวม (ก)	6,989,760	7,662,946	8,360,322	9,083,342	9,563,542
ข. งบลงทุน					
ค่าครุภัณฑ์	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
รวม (ข)	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
รวม (ก) + (ข)	7,289,760	7,962,946	8,660,322	9,383,342	9,863,542
จำนวนนักศึกษา	150	300	450	600	600
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	48,598	26,543	19,245	15,639	16,439

* หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษาลดเหลือ 110,026 บาท

ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษาต่อปี (สูงสุด) 48,598 บาท

2.7 ระบบการศึกษา

ระบบการศึกษเป็นแบบชั้นเรียนและเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557 (ภาคผนวก ง)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

ให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ และข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557 (ภาคผนวก ง) และตารางเปรียบเทียบรายวิชา ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 (ภาคผนวก ข)

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

- | | |
|------------------------------------|------------|
| 1) กลุ่มวิชาภาษา | 9 หน่วยกิต |
| 2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ | 3 หน่วยกิต |
| 3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ | 9 หน่วยกิต |
| 4) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ | 9 หน่วยกิต |

ข. หมวดวิชาเฉพาะ 94 หน่วยกิต

- | | |
|--|-------------|
| 1) กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ | 33 หน่วยกิต |
| 2) กลุ่มวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า | 61 หน่วยกิต |
| 2.1) บัณฑิต | 33 หน่วยกิต |
| 2.2) เลือก ไม่น้อยกว่า | 21 หน่วยกิต |
| 2.3) ประสบการณ์ภาคสนาม | 7 หน่วยกิต |
| ให้เลือกแผนใดแผนหนึ่ง ดังนี้ | |
| 2.3.1) ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ | |
| 2.3.1.1) การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ | 1 หน่วยกิต |
| 2.3.1.2) การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ | 6 หน่วยกิต |
| 2.3.2) สหกิจศึกษา | |
| 2.3.2.1) การเตรียมสหกิจศึกษา | 1 หน่วยกิต |
| 2.3.2.2) สหกิจศึกษา | 6 หน่วยกิต |

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
 รับทราบให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว ในระบบ CHECO
 เมื่อวันที่ 7 ก.พ. 2563
 ลงนาม.....

3.1.3 รายวิชา

รหัสวิชา

หลักเกณฑ์การใช้รหัสวิชาในหลักสูตร

รายวิชาในหลักสูตร จะใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษ 2-4 ตัว เว้นช่องว่าง แล้วตามด้วยตัวเลขอารบิก 4 ตัว นำหน้าชื่อวิชาทุกรายวิชา ซึ่งมีความหมายดังนี้

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

รหัสวิชา GEN หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ตัวเลขลำดับที่ 1 หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ตัวเลขลำดับที่ 2 หมายถึง กลุ่มวิชา โดย

เลข 1 หมายถึง กลุ่มวิชาด้านภาษา

เลข 2 หมายถึง กลุ่มวิชาด้านมนุษยศาสตร์

เลข 3 หมายถึง กลุ่มวิชาด้านสังคมศาสตร์

เลข 4 หมายถึง กลุ่มวิชาด้านวิทยาศาสตร์-
คณิตศาสตร์

ตัวเลขลำดับที่ 3-4 หมายถึง ลำดับรายวิชา

หมวดวิชาเฉพาะ

ตัวอักษรภาษาอังกฤษ MK เป็นหมวดวิชาและหมู่วิชา

ตัวเลขลำดับที่ 1 หมายถึง ความยากง่าย/ชั้นปี

ตัวเลขลำดับที่ 2 หมายถึง กลุ่มวิชา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- | | |
|---|-----------------|
| 1) กลุ่มทฤษฎี/หลักการ/แนวคิดทางการตลาด | แทนด้วยตัวเลข 1 |
| 2) กลุ่มประยุกต์ใช้ทฤษฎีการตลาด/ตลาดดิจิทัล | แทนด้วยตัวเลข 2 |
| 3) กลุ่มการวิเคราะห์/การบูรณาการแนวคิดการตลาด | แทนด้วยตัวเลข 3 |
| 4) กลุ่มสารสนเทศทางการตลาด | แทนด้วยตัวเลข 4 |
| 5) | แทนด้วยตัวเลข 5 |
| 6) | แทนด้วยตัวเลข 6 |
| 7) | แทนด้วยตัวเลข 7 |
| 8) ฝึกประสบการณ์ภาคสนาม | แทนด้วยตัวเลข 8 |
| 9) โครงการศึกษาเอกเทศ ปัญหาพิเศษภาคนิพนธ์ | |
| หัวข้อพิเศษ การสัมมนา และการวิจัย | แทนด้วยตัวเลข 9 |

ตัวเลขลำดับที่ 3-4 หมายถึง ลำดับรายวิชา

*หมายเหตุ : หมวดวิชาเฉพาะอื่น ๆ นอกเหนือจาก MK ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของหลักสูตรนั้น ๆ

วิชาบังคับก่อน หมายความว่า นักศึกษาต้องเรียนรายวิชา หรือ สอบผ่านรายวิชาที่ระบุไว้ก่อน โดยเงื่อนไขที่ระบุไว้ในหลักสูตร มีดังต่อไปนี้

1) ต้องสอบผ่านรายวิชา หมายความว่า นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาบังคับก่อน แล้วสอบประเมินผลได้ระดับคะแนนในเกณฑ์สอบผ่าน

2) ต้องเรียนรายวิชา หมายความว่า นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาบังคับก่อน แล้วสอบประเมินผลได้ระดับคะแนนในระดับใดก็ได้ โดยไม่นับรวมเงื่อนไขการขอยกเล็กรายวิชา

3) ต้องเรียนหรือกำลังเรียนรายวิชา หมายความว่า นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาบังคับก่อน ตามเงื่อนไขที่ 2) หรือกำลังลงทะเบียนเรียนรายวิชาบังคับก่อนพร้อมกับรายวิชานั้น ๆ

รายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

30 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาภาษา

9 หน่วยกิต

บังคับ		
GEN 1101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
GEN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
GEN 1103	ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)
หมายเหตุ กรณีที่เรียนวิชาภาษาอังกฤษตามแผนการเรียนในหลักสูตรไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต สามารถเลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้แทนวิชาภาษาอังกฤษบังคับในกลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร		
GEN 1104	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
GEN 1105	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
GEN 1106	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
GEN 1107	ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
GEN 1108	ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)

2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์

3 หน่วยกิต

เลือก 1 รายวิชา		
GEN 1201	ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข	3(3-0-6)
GEN 1202	การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม	3(3-0-6)

3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

9 หน่วยกิต

กลุ่ม 1 เลือก 1 รายวิชา		
GEN 1301	ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่	3(3-0-6)
GEN 1302	วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้	3(3-0-6)
กลุ่ม 2 เลือก 2 รายวิชา		
GEN 1303	ศาสตร์พระราช	3(3-0-6)
GEN 1304	การป้องกันและต่อต้านการทุจริต	3(3-0-6)
GEN 1305	โลกแห่งธุรกิจ	3(3-0-6)
GEN 1306	ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น	3(3-0-6)

4) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์

9 หน่วยกิต

บังคับ		
GEN 1401	การคิดและการตัดสินใจ	3(3-0-6)
GEN 1402	การรู้ดิจิทัล	3(3-0-6)
GEN 1403	การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม	3(3-0-6)

ข. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า

94 หน่วยกิต

1) กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ

33 หน่วยกิต

ACC 1105	การบัญชีเบื้องต้นและภาษีอากร	3(3-0-6)
DIGI 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ	3(2-2-5)
ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	3(3-0-6)
FB 1101	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
HRM 1101	การบริหารทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
LB 1604	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
MGT 1101	องค์การและการจัดการ	3(3-0-6)
MGT 2103	การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน	3(3-0-6)
MGT 4101	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
MK 1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
STAT 2404	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)

2) กลุ่มวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า

61 หน่วยกิต

2.1) บังคับ

33 หน่วยกิต

MK 1102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ทางการตลาด	3(3-0-6)
MK 2107	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
MK 2108	การสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)
MK 2204	การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด	3(3-0-6)
MK 3212	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
MK 3310	การวางแผนการตลาด	3(3-0-6)
MK 3311	นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)
MK 4901	การวิจัยการตลาด	3(3-0-6)
MK 4902	สัมมนาทางการตลาด	3(3-0-6)

2.2) เลือก ไม่น้อยกว่า

21 หน่วยกิต

ENG 1501	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	3(3-0-6)
ENG 1502	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	3(3-0-6)
MK 3204	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่	3(3-0-6)
MK 3208	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
MK 3210	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)
MK 3211	การตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	3(3-0-6)
MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)
MK 3304	การจัดการการขาย	3(3-0-6)
MK 3308	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	3(3-0-6)
MK 4305	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
MK 4307	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด	3(3-0-6)
MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่	3(3-0-6)
MK 4401	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	3(3-0-6)
MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด	3(3-0-6)

2.3) ประสบการณ์ภาคสนาม

7 หน่วยกิต

แผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ		
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1(0-3-2)
MK 4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	6(560)
แผนสหกิจศึกษา		
COOP 3801	การเตรียมสหกิจศึกษา	1(0-3-2)
COOP 4801	สหกิจศึกษา	6(560)

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว

3.1.4 แผนการศึกษา

ปีที่1/ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
GEN 1101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
GEN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
GEN 1202	การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
MGT 1101	องค์การและการจัดการ (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
MK 1101	หลักการตลาด (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
รวม		18	18	0	36

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 1/ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาดด้วยตนเอง
GEN 1301	ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่ (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
GEN 1402	การรู้ดิจิทัล (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
GEN 1103	ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้ (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
DIGI 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อ งานเอกสารทางธุรกิจ (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	2	2	5
HRM 1101	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
MK 1102	พฤติกรรมผู้บริโภค (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
รวม		18	17	2	35

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 2/ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาดด้วยตนเอง
GEN 1303	ศาสตร์พระราชา (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
GEN 1401	การคิดและการตัดสินใจ (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
ACC 1105	การบัญชีเบื้องต้นและภาษีอากร (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
LB 1604	กฎหมายธุรกิจ (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
MK 2107	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
MK 2108	การสื่อสารการตลาด (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
รวม		18	18	0	36

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 2/ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
GEN 1306	ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
GEN 1403	การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)	3	3	0	6
FB 1101	การเงินธุรกิจ (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และโลจิสติกส์ทางการตลาด (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
MK 2204	การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
XX XXXX	 (กลุ่มวิชาชีพเลือก)	3	3	0	6
รวม		18	18	0	36

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 3/ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วย ตนเอง
STAT 2404	สถิติธุรกิจ (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
MGT 2103	การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
MK 3310	การวางแผนการตลาด (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
MK 3212	การตลาดดิจิทัล (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
XX XXXX	 (กลุ่มวิชาชีพเลือก)	3	3	0	6
XX XXXX	 (กลุ่มวิชาชีพเลือก)	3	3	0	6
		18	18	0	36

ชั่วโมง/สัปดาห์ = 54

ปีที่ 3/ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
MK 3311	นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
XX XXXX	 (กลุ่มวิชาชีพเลือก)	3	3	0	6
XX XXXX	 (กลุ่มวิชาชีพเลือก)	3	3	0	6
XX XXXX	 (กลุ่มวิชาชีพเลือก)	3	3	0	6
XX XXXX	 (หมวดวิชาเลือกเสรี)	3	3	0	6
รวม		18	18	0	36

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 4/ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
MGT 4101	จริยธรรมทางธุรกิจ (กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ)	3	3	0	6
MK 4901	การวิจัยการตลาด (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
MK 4902	สัมมนาทางการตลาด (กลุ่มวิชาชีพบังคับ)	3	3	0	6
XX XXXX	 (กลุ่มวิชาชีพเลือก)	3	3	0	6
XX XXXX	 (หมวดวิชาเลือกเสรี)	3	3	0	6
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ทางการตลาด หรือ	1	0	3	2
COOP 3801	การเตรียมสหกิจศึกษา (ประสบการณ์ภาคสนาม)				
รวม		16	15	3	32

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 56

ปีที่ 4/ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษา ด้วยตนเอง
MK 4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด หรือ	6	0	560	0
COOP 4801	สหกิจศึกษา (ประสบการณ์ภาคสนาม)				
รวม		6	0	560	0

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 35

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

คำอธิบายรายวิชา (ภาคผนวก ก) ตารางเปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตร
บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 กับหลักสูตรปรับปรุง
พ.ศ. 2563 (ภาคผนวก ข)

3.2 ชื่อ-ชื่อสกุล ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ-ชื่อสกุล	คุณวุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จ การศึกษา	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์/ ภาคการศึกษา			
					2563	2564	2565	2566
1	อาจารย์ ดร.นันทน์หทัย เถาตระกูล	บธ.ด. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสยาม	2556	12	12	12	12
		บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2552				
		ศศ.บ. (ประวัติศาสตร์)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2548				
2	อาจารย์ ดร.จินดาภา ศรีสำราญ	ปร.ด. (การพัฒนาเศรษฐกิจและ เทคโนโลยีชุมชน)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	2560	12	12	12	12
		บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2543				
		ศศ.บ. (อุตสาหกรรมท่องเที่ยว)	สถาบันราชภัฏเชียงใหม่	2539				
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานพ ชุ่มอุ้น	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2539	12	12	12	12
		วท.บ. (จิตวิทยา)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2533				
4	อาจารย์พรณรัตน์ บุญกว้าง	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2546	12	12	12	12
		ศษ.บ. (ประถมศึกษา)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2535				
5	อาจารย์พรพิมล กาบบัว	พบ.ม. (บริหารทรัพยากรมนุษย์)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)	2539	12	12	12	12
		บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2529				

รับทราบให้ความเห็น
เมื่อวันที่ 7 ก.พ. 2563
ลงนาม.....

3.2.2 อาจารย์ผู้สอน

ลำดับ	ชื่อ-ชื่อสกุล	คุณวุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์/ภาคการศึกษา			
					2563	2564	2565	2566
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ ชุ่มอุ้น	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2539	12	12	12	12
		วท.บ. (จิตวิทยา)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2533				
2	อาจารย์ ดร.จินดาภา ศรีสำราญ	ปร.ด. (การพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชน)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	2560	12	12	12	12
		บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2543				
		ศศ.บ. (อุตสาหกรรมท่องเที่ยว)	สถาบันราชภัฏเชียงใหม่	2539				
3	อาจารย์ ดร.ประาสี เอนก	บธ.ด. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสยาม	2555	12	12	12	12
		บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2542				
		บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสุโขทัย	2545				
			ธรรมาราช					
		บธ.บ. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2537				

ลำดับ	ชื่อ-ชื่อสกุล	คุณวุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ. ที่ สำเร็จ การศึกษา	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์/ ภาคการศึกษา			
					2563	2564	2565	2566
4	อาจารย์พรพิมล กาบบัว	พบ.ม. (บริหารทรัพยากรมนุษย์)	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)	2539	12	12	12	12
		บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2529				
5	อาจารย์พรรณรัตน์ บุญกว้าง	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2546	12	12	12	12
		ศษ.บ. (ประถมศึกษา)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2535				
6	อาจารย์เบญจพร หน่อชาย	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2543	12	12	12	12
		บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2540				
7	อาจารย์ ดร.นันทิรหทัย เกาตระกุล	บธ.ด. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสยาม	2556	12	12	12	12
		บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2552				
		ศศ.บ. (ประวัติศาสตร์)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2548				

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

พิจารณาคัดเลือกโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา)

จากความต้องการที่บัณฑิตควรมีประสบการณ์ในวิชาชีพก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้นหลักสูตรได้กำหนดรายวิชาสหกิจศึกษา ซึ่งจะจัดอยู่ในกลุ่มประสบการณ์ภาคสนาม แต่ในทางปฏิบัติแล้วมีความต้องการให้นักศึกษาทุกคนลงทะเบียนรายวิชานี้ เว้นแต่กรณีที่นักศึกษามีปัญหาไม่สามารถลงทะเบียนเรียนในรายวิชาสหกิจศึกษาจึงอนุญาตให้เรียนรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

4.1.1 ทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ตลอดจนมีความเข้าใจในหลักการ ความจำเป็นในการเรียนรู้ทฤษฎีมากยิ่งขึ้น

4.1.2 บูรณาการความรู้ที่เรียนมาเพื่อนำไปแก้ปัญหาทางการตลาด โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นเครื่องมือได้อย่างเหมาะสม

4.1.3 มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

4.1.4 มีระเบียบวินัย ตรงเวลา เข้าใจวัฒนธรรมและสามารถปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการได้

4.1.5 มีความกล้าในการแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในงานได้

4.2 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ของปีการศึกษาที่ 4

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษา ไม่น้อยกว่า 560 ชั่วโมง

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

ข้อกำหนดในการทำโครงการวิจัย ต้องเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยทางการตลาดหรือธุรกิจ ทั้งธุรกิจระดับชุมชนและระดับประเทศ และมีรายงานที่ต้องนำเสนอตามรูปแบบและระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด อย่างเคร่งครัด หรือเป็นโครงการที่มุ่งเน้นการสร้างผลงานวิจัยเพื่อพัฒนางานด้านธุรกิจชุมชนท้องถิ่นหรือวิสาหกิจชุมชน

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

โครงการงานวิจัยด้านการตลาดที่นักศึกษาสนใจ สามารถอธิบายถึงทฤษฎีการทำวิจัย และทบทวนวรรณกรรมเชิงสังเคราะห์ ที่นำเอาโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์ด้านการเรียน การสอน การบริการวิชาการ และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ โดยมีขอบเขตการทำงานที่สามารถทำได้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

โครงการงานวิจัยมุ่งให้ผู้เรียนมีผลการเรียนรู้ด้านความรู้ ที่สามารถบูรณาการความรู้ และความเข้าใจในศาสตร์ทางการตลาดและบริหารธุรกิจ และผลการเรียนรู้ด้านทักษะทาง ปัญญา ความสามารถในการค้นหาข้อเท็จจริง ทำความเข้าใจและสามารถประเมินข้อมูล แนวคิดและหลักฐานใหม่จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทักษะการใช้เครื่องมือเพื่อการสืบค้น และตรวจสอบ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล รวมถึงการตระหนักถึงลิขสิทธิ์และการคัดลอกผลงาน

5.3 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 1 ของปีการศึกษาที่ 4

5.4 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

มีการกำหนดชั่วโมงการให้คำปรึกษา จัดทำบันทึกการให้คำปรึกษา ให้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับโครงการวิจัยทางเว็บไซต์ อีกทั้งมีตัวอย่างงานวิจัยให้ศึกษาและค้นคว้า

5.6 กระบวนการประเมินผล

ประเมินผลจากการเขียนโครงร่างการวิจัยที่ถูกต้อง ตามระเบียบวิธีการวิจัย ประกอบด้วย ชื่อเรื่องในการวิจัย ที่มาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด ของการวิจัย การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีการ เก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ผลการศึกษา การอภิปรายผล การให้ข้อเสนอแนะ และเอกสารอ้างอิง โดยมีอาจารย์ ผู้สอนคอยตรวจสอบดูแล ช่วยเหลือ และให้ข้อเสนอแนะตลอดการทำโครงการวิจัย

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
1. ด้านความสามารถในการคิดวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาบนฐานการใช้นวัตกรรม ไอทีที่สร้างสรรค์ และ การใช้ปัญญาประดิษฐ์	1. ให้ฝึกวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาทางการตลาด บนฐานการใช้ นวัตกรรมและเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ในการตัดสินใจ โดยสอดแทรกในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น การตลาดดิจิทัล และ นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 2. ให้มีการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์และวิจารณ์เหตุการณ์ หรือ สถานการณ์การตลาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ด้วยใช้กรณีศึกษา และใช้ ทฤษฎีและแนวคิดทางการตลาด เป็นกรอบการวิพากษ์
2. ด้านความมีมานะ ความมุ่งมั่นความมี คุณธรรมและยึดมั่นใน จรรยาบรรณวิชาชีพ	1. ส่งเสริมและสอดแทรกเนื้อหาด้านคุณธรรม จริยธรรมในทุกรายวิชา ของหลักสูตร เพื่อปลูกฝังให้นักศึกษามีจรรยาบรรณในวิชาชีพ มี ความซื่อสัตย์ต่อตนเอง และสังคม 2. จัดกลุ่มระดมความเห็นและวิพากษ์องค์การธุรกิจที่ดำเนินกิจการด้วย ความมีคุณธรรมและธุรกิจที่เอาเปรียบผู้บริโภคเพื่อสร้างความ ตระหนักในความมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ 3. ฝึกวางตนในความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี ฝึกการยอมรับใน ความเห็นต่างและความมีมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานโดย สอดแทรกกิจกรรม Dummy Company ในรายวิชาการจัดการขาย 4. ฝึกฝนการเป็นนักวิเคราะห์ เพื่อสร้างเสริมการเป็นบุคคลที่มีความ มุ่งมั่นในการทำงานด้วยความมีมานะและอดทน
3. ด้านการใฝ่เรียนรู้ในสิ่ง ใหม่ ๆ และความ รับผิดชอบต่อสังคม	1. ให้ค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ ทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้าง วัฒนธรรมแห่งการเป็นนักค้นคว้าที่ไม่หยุดนิ่งและจะกลายเป็นวิถี ปฏิบัติในการเรียนรู้ติดตัวไปตลอด โดยสอดแทรกในวิชา เช่น การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่ในยุค 5.0 2. มอบหมายให้นักศึกษารวมกลุ่มทำกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงกิจกรรมการให้บริการ วิชาการแก่สังคม โดยสอดแทรกกิจกรรมไว้ในรายวิชา เช่น การตลาด เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและการจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์

2. ผลการเรียนรู้ของแต่ละด้านของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริต มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
- 2) มีวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม เคารพกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- 3) มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- 4) ตระหนักและสำนึกในความเป็นไทย

2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) จัดระเบียบสภาพแวดล้อมทั้งกายภาพและระเบียบการแต่งกายการเข้าชั้นเรียน
- 2) ฝึกพัฒนา เหตุผลเชิงจริยธรรม โดยใช้ปัญหาความขัดแย้งเชิงจริยธรรม กระตุ้นให้ผู้เรียนคิด วิเคราะห์ อภิปรายโต้แย้ง และตัดสินใจ ในบรรยากาศที่มีเสรีภาพและปลอดภัยจากการถูกตัดสิน
- 3) ฝึกการคิด วิเคราะห์ คิดสะท้อน คิดอย่างมีวิจารณญาณ

2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) ประเมินพฤติกรรม การกระทำ การแสดงออก การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียน การแต่งกาย
- 2) ประเมินความรู้สึก การเห็นคุณค่า การยอมรับจากแบบสังเกต แบบสอบถาม ความคิดเห็น
- 3) ประเมินความรู้ ความเข้าใจ จากแบบทดสอบ แบบสอบถาม ชิ้นงาน

2.2 ด้านความรู้

2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา
- 2) สามารถวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะและการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา / วิทยาลัยและนวัตกรรม

รับทราบให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว ในระบบ CHECO

เมื่อวันที่... - 7 ก.พ. 2563

ลงนาม.....

2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายให้สอดคล้องกับเนื้อหา เช่น การบรรยาย การอภิปราย การศึกษาค้นคว้า และการคิดวิเคราะห์

2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยแบบทดสอบ แบบสอบถาม ชิ้นงาน
- 2) ประเมินด้านทักษะ ด้วยการสังเกตการทำงาน แบบบันทึกการฝึก

2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) สามารถสืบค้น รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์และสรุปประเด็นปัญหาเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- 2) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม
- 3) มีทักษะการคิดแบบองค์รวม

2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขั้นตอน กระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การแก้ปัญหา การคิดสร้างสรรค์
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นปัญหาเป็นหลัก

2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) ประเมินตามสภาพจริง จากผลงาน การคิดสร้างสรรค์
- 2) ประเมินจากการปฏิบัติของนักศึกษา แบบบันทึกการปฏิบัติ
- 3) ประเมินการยอมรับในทักษะกระบวนการนั้น จากแบบสังเกต แบบสอบถามความคิดเห็น

2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) สามารถนำความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม และเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ปัญหาของทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างเหมาะสม

- 3) มีความรับผิดชอบในการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง
- 4) มีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะ เป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก

2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) ใช้การสอนที่กำหนดกิจกรรมให้ทำงานเป็นกลุ่ม กิจกรรมคั่นคว่ำ
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอน โดยให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วม ทั้งในบทบาทการเป็นผู้นำ และผู้ร่วมงาน

2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) ประเมินตามสภาพจริง จากผลงานการทำงานเป็นกลุ่ม
- 2) ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการทำงานเป็นกลุ่ม การนำเสนอผลงาน

2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบัน รู้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล รู้วิธีจัดการระบบ และตระหนักถึงประเด็นเรื่องลิขสิทธิ์ และการคัดลอกผลงาน
- 2) สามารถผลิต (และได้ผลิต) สื่อดิจิทัล เช่น คลิปวิดีโอ คลิปเสียง และการบันทึกภาพหน้าจอ เป็นต้น
- 3) ตระหนักถึงประเด็นความปลอดภัยออนไลน์ การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล รู้จักสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับป้องกันข้อมูล ระวังระวังและไตร่ตรองการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นทางออนไลน์
- 4) สามารถติดตั้งและใช้ซอฟต์แวร์ รวมถึงแอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์บนอุปกรณ์ส่วนตัวต่าง ๆ เพื่อการใช้งานที่ครอบคลุม
- 5) สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายได้อย่างคุ้นเคย และใช้คำศัพท์เฉพาะได้พอสมควร

6) สามารถใช้เครื่องมือที่หลากหลายในการสนทนาและทำงานร่วมกับผู้อื่นแบบออนไลน์ ทั้งในรูปแบบของการแบ่งปันเอกสาร ข้อคิดเห็น การประชุมทางไกล (video-conference) การสัมมนา ฯลฯ

2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาฝึกทักษะการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ข้อมูล การสื่อสารระหว่างบุคคล การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในงานต่าง ๆ
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้เทคนิคการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศให้หลากหลายสถานการณ์

2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) ประเมินตามสภาพความเป็นจริงจากผลงานการเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศ คณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง
- 2) ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และการสื่อสารระหว่างบุคคล

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้		3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ					
	1	2	3	4	1	2	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป																			
GEN 1101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	○	●		●	●		○	●		●			○	●	○	○		●	●
GEN 1102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	○	●			●		●		○	●		○		●	○	○		●	●
GEN 1103 ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้	○	●			●	○	●	○	○	●		●		●	●	○		●	○
GEN 1104 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	○	●			●		●		○	●		○		●	○	○		●	●
GEN 1105 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	○	●			●		●		○	●		○		●	○	○		●	●
GEN 1106 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	○	●			●		●		○	●		○		●	○	○		●	●

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้		3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ					
	1	2	3	4	1	2	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป																			
GEN 1107 ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารใน ชีวิตประจำวัน	○	●			●		●		○	●		○		●	○	○		●	●
GEN 1108 ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสาร ในชีวิตประจำวัน	○	●			●		●		○	●		○		●	○	○		●	●
GEN 1201 ศิลปะการใช้ชีวิต อย่างมีความสุข	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○		●		○			○	○
GEN 1202 การพัฒนาบุคลิกภาพ และมารยาททางสังคม	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○		●		○			○	○
GEN 1301 ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่	●	●	○	●	○	●		●	○	○	●		●			●		○	
GEN 1302 วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้	●	●	○	●	○	●		●	○	○	●		●			●		○	
GEN 1303 ศาสตร์พระราชา	○	○	●	●	●	●	○	○	●		●	○			○			○	●
GEN 1304 การป้องกันและต่อต้านการทุจริต	○	●	○	●	○	●	○	●	●	○	●	○	●	○	●	○		○	●
GEN 1305 โลกแห่งธุรกิจ	○	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●			○	●	●	○	●

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้		3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ					
	1	2	3	4	1	2	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป																			
GEN 1306 ความเป็นพลเมืองกับ การพัฒนาท้องถิ่น	○	●	○	●	○	●	○	●	●	○	●	○	●	○	●	○		○	●
GEN 1401 การคิดและการตัดสินใจ		○			●	●	○	○	●	○		●		●		○			○
GEN 1402 การรู้ดิจิทัล	○	○			●	●	●	○		○	○	○		●	●	○	●	●	○
GEN 1403 การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม	○	●			●	●	○	●	○	○	●	○			○			○	○

4. ผลการเรียนรู้ของแต่ละด้านหมวดวิชาเฉพาะ

4.1 คุณธรรม จริยธรรม

4.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรมและจริยธรรม โดยใช้ดุลยพินิจทาง ค่านิยม ความรู้สึกของผู้อื่น
- 2) แสดงพฤติกรรมด้านคุณธรรมและจริยธรรม โดยมีวินัย มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต เสียสละ

4.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) จัดระเบียบสภาพแวดล้อมทั้งกายภาพ ระเบียบการแต่งกาย การเข้าชั้นเรียน
- 2) ฝึกพัฒนาเหตุผลเชิงจริยธรรม โดยใช้ปัญหาความขัดแย้งเชิงจริยธรรม กระตุ้นให้ผู้เรียนคิด วิเคราะห์ อภิปรายโต้แย้ง และตัดสินใจ ในบรรยากาศที่มีเสรีภาพและปลอดภัยจากการถูกตัดสิน
- 3) ฝึกการคิด วิเคราะห์ คิดสะท้อน คิดอย่างมีวิจารณญาณ

4.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรม

- 1) ประเมินพฤติกรรม การกระทำ การแสดงออก การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียน การแต่งกาย
- 2) ประเมินความรู้สึก การเห็นคุณค่า การยอมรับจากแบบสังเกต แบบสอบถาม ความคิดเห็น
- 3) ประเมินความรู้ ความเข้าใจ จากแบบทดสอบ แบบสอบถาม ชิ้นงาน

4.2 ความรู้

4.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) มีความรู้กว้างขวาง เป็นระบบ
- 2) สามารถวิเคราะห์และจำแนกข้อเท็จจริงในหลักการและทฤษฎี
- 3) สามารถบูรณาการความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์ทางบริหารธุรกิจ
- 4) สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการจัดการในการทำงานได้

4.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายให้สอดคล้องกับเนื้อหา เช่น การบรรยาย การอภิปราย การศึกษาค้นคว้า และการคิดวิเคราะห์

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
 สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 - 7 ก.พ. 2563
 เมื่อวันที่.....
 ลงนาม.....

3) จัดกิจกรรมเสริมให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

4.2.3 กลยุทธ์การประเมินด้านทักษะการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยแบบทดสอบ แบบสอบถาม ชิ้นงาน
- 2) ประเมินด้านทักษะ ด้วยการสังเกตการทำงาน แบบบันทึกการฝึก
- 3) ประเมินประสบการณ์ด้วยรายงานการเข้าร่วมกิจกรรม

4.3 ทักษะทางปัญญา

4.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) สามารถค้นหาข้อเท็จจริง ทำความเข้าใจ และสามารถประเมินข้อมูล แนวคิด และหลักฐานใหม่ ๆ จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย
- 2) สามารถใช้ข้อมูลที่ได้ในการแก้ปัญหาด้วยตนเอง
- 3) สามารถรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลนำไปใช้ในการจัดการได้อย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาทักษะทางปัญญา

- 1) ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขั้นตอน กระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การแก้ปัญหา การคิดสร้างสรรค์
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นปัญหาเป็นหลัก

4.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) ประเมินตามสภาพจริง จากผลงาน การคิดสร้างสรรค์
- 2) ประเมินจากการปฏิบัติของนักศึกษา แบบบันทึกการปฏิบัติ
- 3) ประเมินการยอมรับในทักษะกระบวนการนั้น จากแบบสังเกต แบบสอบถาม ความคิดเห็น

4.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.4.1 การเรียนรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) สามารถทำงานเป็นกลุ่ม โดยมีทักษะเป็นผู้นำ และเป็นสมาชิกกลุ่ม
- 2) มีความคิดริเริ่ม วิเคราะห์ปัญหาได้บนพื้นฐานของตนเองและกลุ่ม
- 3) มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่นในงานที่ได้รับมอบหมาย

4.4.2 กลยุทธ์การสอนที่สร้างทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) ใช้การสอนที่กำหนดกิจกรรมให้ทำงานเป็นกลุ่ม กิจกรรมคันท้า
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอน โดยให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมทั้งในบทบาทการเป็นผู้นำและผู้ร่วมงาน

4.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) ประเมินตามสภาพจริง จากผลงานการทำงานเป็นกลุ่ม
- 2) ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการทำงานเป็นกลุ่ม การนำเสนอผลงาน

4.5 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

4.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะและการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือเพื่อสืบค้นข้อมูล รู้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล รู้วิธีจัดการระบบ และตระหนักถึงลิขสิทธิ์ และการคัดลอกผลงาน
- 2) สามารถผลิต และ/หรือ ได้ผลิตสื่อดิจิทัล หรือนวัตกรรมได้อย่างสร้างสรรค์
- 3) ตระหนักถึงประเด็นความปลอดภัยออนไลน์ การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล รู้จักสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับป้องกันข้อมูล ระวังและไตร่ตรองการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นทางออนไลน์
- 4) สามารถติดตั้งและเลือกใช้ซอฟต์แวร์ รวมถึงแอปพลิเคชันที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการเรียนรู้
- 5) สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่อย่างหลากหลายได้อย่างคุ้นเคยตามศาสตร์ของผู้เรียน และใช้คำศัพท์เฉพาะได้
- 6) สามารถใช้เครื่องมือที่หลากหลาย เพื่อการสนทนาและทำงานร่วมกับผู้อื่นแบบออนไลน์ รวมถึงการแบ่งปันเอกสารและหรือข้อคิดเห็น การประชุมทางไกล และการเข้าร่วมสัมมนาผ่านเว็บไซต์ การสัมมนาผ่านเครื่องมือและช่องทางที่หลากหลาย

4.5.2 กลยุทธ์การสอนที่สร้างทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอนที่เน้นให้นักศึกษาฝึกทักษะการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ข้อมูล การสื่อสารระหว่างบุคคล การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในงานต่าง ๆ
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้เทคนิคการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศให้หลากหลายสถานการณ์

4.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี

- 1) ประเมินตามสภาพความเป็นจริงจากผลงาน และการเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์เชิงตัวเลข และการสื่อสาร
- 2) ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และการสื่อสาร

5. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ					
	1	2	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6
หมวดวิชาเฉพาะ																		
กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ																		
ACC 1105 การบัญชีเบื้องต้นและภาษีอากร	○	○	○	○	●		●	○		○	○	●	○				●	
DIGI 1201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ		●		●	●		●					●		●	○			
ECON 1103 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	●		●				●			○			○					
FB 1101 การเงินธุรกิจ	○	○	○	○	●		●	○		○	○	●		○			●	
HRM 1101 การบริหารทรัพยากรมนุษย์		○	○	●	○		○	○		○	○	●	●			○	○	

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้				3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ					
	1	2	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6
หมวดวิชาเฉพาะ																		
กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ																		
LB 1604 กฎหมายธุรกิจ	○	●	○	●	○		○	●		○	●	○						
MGT 1101 องค์การและการจัดการ		○	○	●	○			○		●	○	○	●		○		○	●
MGT 2103 การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน		○	○	●			○	●		●	○	○	●	○			○	●
MGT 4101 จริยธรรมทางธุรกิจ	○	●	○	●	○		○	●		●	○	○		○				○
MK 1101 หลักการตลาด	○	○	●	○			●	○		●	○	○	●	○	●	○	●	○
STAT 2404 สถิติธุรกิจ		●		●	○		○	●		●	○						○	●

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้				3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ					
	1	2	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6
กลุ่มวิชาชีพ (บังคับ)																		
MK 1102 พฤติกรรมผู้บริโภค	○	●		●			○	○		●	○	○	●		●		○	○
MK 2104 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและ โลจิสติกส์ทางการตลาด		●		●			●					●	●				●	○
MK 2107 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	○	●	○	●	○		●	○		●	○	○	●				○	●
MK 2108 การสื่อสารการตลาด	○	○		●			○	○		●	○	○	●		●		●	○
MK 2204 การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด	○	○	○	○	●		○	●		○	○	●	●		○		●	●
MK 3212 การตลาดดิจิทัล	○	○	●	●	○		●	○		○	●	○	●	○	○		●	○
MK 3309 การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	○	●	○	●	○		●	○		○	●	○	●				●	○
MK 3310 การวางแผนการตลาด	○	●	○	●	○		●	○		○	●	○	●		○		●	○

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้				3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ					
	1	2	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6
MK 3311 นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์	●	○	●	●	○		●	○		●	●	○	●	○	●		●	○
MK 4901 การวิจัยตลาด	○	●	○	●	○		●	○		○	●	○	●				○	●
MK 4902 สัมมนาทางการตลาด		●			●			●				●			●			
กลุ่มวิชาชีพ (เลือก)																		
ENG 1501 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	○	○	○	○	●		○	●		○	○	●					○	●
ENG 1502 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	○	○	○	○	●		○	●		○	○	●					○	●
MK 3204 การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่	○	●	●	●	○		●	●		●	●	○	●		○		●	
MK 3208 การตลาดบริการ	○	●	○	●	○		●	○		○	●	○	●	○	○		●	○
MK 3210 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	○	●	○	●	○		●	○		○	●	○	●	○	○		●	
MK 3211 การตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	○	○	○	●	○		○	○		●	○	○		●	○			●

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้				3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ					
	1	2	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6
MK 3303 การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์	○	○	○	●	○		●	○		○	●	○	●	○	○		●	
กลุ่มวิชาชีพ (เลือก)																		
MK 3304 การจัดการการขาย	○	●	○	●	○		●	○		○	●	○	●		○		●	
MK 3308 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	○	●	○	●	○		○	○		●	○	○	●		○			●
MK 4305 การตลาดระหว่างประเทศ	○	○	○	●	○		●	○		○	●	○	●		○		●	○
MK 4307 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด		○	○	●	○		○	○		○	●	○	●	○	○			
MK 4308 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่	○	●	○	●	○		●	○		○	●	○	○	○	●		●	●
MK 4401 ระบบสารสนเทศทางการตลาด	○	●	○	●	○		●	○		○	○	○		●	○		●	○
MK 4903 หัวข้อพิเศษทางการตลาด	○	●	○	●	○		●	○		○	●	○	●		●		○	○

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้				3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ					
	1	2	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6
ประสบการณ์ภาคสนาม																		
MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทาง การตลาด	○	●	○	●	○		○	○		●	○	○	●				●	○
MK 4802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	○	●	○	○	●		●	○		○	○	●	●				●	○
COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา		●	○		●		○	●		○	●	●	●				○	●
COOP 4801 สหกิจศึกษา	○	●	○	○	●		●	○		●	○	●	●	○			○	●

6. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา

ระดับชั้นปี	รายละเอียด
ชั้นปีที่ 1	ผู้เรียนมีความรู้พื้นฐานทางด้านบริหารธุรกิจและการตลาดเบื้องต้น มีทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและใช้ในชีวิตประจำวัน อันเป็นพื้นฐานที่สำคัญทางวิชาการในการเรียนระดับที่สูงต่อไป และทักษะด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นองค์ความรู้พื้นฐานในการเรียนสาขาวิชาชีพการตลาดในชั้นปี 2 ต่อไป
ชั้นปีที่ 2	ผู้เรียนมีทักษะการคิด การวิเคราะห์ และสามารถนำเอาองค์ความรู้พื้นฐานทางการตลาดมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ และสามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยตัวเอง รวมถึงมีทักษะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี และทักษะในการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาในเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงมีความสามารถในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการดำเนินงานด้านการขาย และการสื่อสารการตลาดทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อช่วยในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ไปยังตลาดเป้าหมาย
ชั้นปีที่ 3	ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อเท็จจริงในหลักการและทฤษฎี รวมทั้งข้อมูลด้านตัวเลขและด้านเนื้อหา รวมถึงสามารถประยุกต์ศาสตร์ทางการตลาดและศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประโยชน์ในการเรียนและวิชาชีพได้ และทักษะในการวางแผนการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการตลาดดิจิทัล เพื่อการเข้าถึงกลุ่มตลาดยุคใหม่
ชั้นปีที่ 4	ผู้เรียนสามารถบูรณาการองค์ความรู้ที่ได้จากการเรียนทั้งหมด มาใช้วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาในการเรียน การทำงาน โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยและการค้นคว้าอย่างกว้างขวางมาเป็นแนวทางในการทำงาน การช่วยเหลือชุมชนโดยนำข้อมูลขนาดใหญ่ทางการตลาดมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และสังคมท้องถิ่น ภายใต้การมีคุณธรรม และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจตามวิชาชีพ รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อสังคม และพร้อมที่จะใช้วิชาการและความรู้ที่เรียนมาในการทำงานหรือศึกษาในชั้นสูงต่อไป ทั้งนี้เพื่อให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ สามารถจัดการตนเองและพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นใจและยั่งยืนต่อไป

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557 (ภาคผนวก ง)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษาที่ไม่สำเร็จการศึกษา

กำหนดให้ระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา เป็นส่วนหนึ่งของระบบ การประกันคุณภาพภายในของมหาวิทยาลัยที่จะต้องทำความเข้าใจตรงกันทั้งมหาวิทยาลัยและ นำไปดำเนินการจนบรรลุผลสัมฤทธิ์ ซึ่งผู้ประเมินจากภายนอกจะต้องสามารถตรวจสอบได้

การทวนสอบในระดับรายวิชาให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในระดับรายวิชา มี คณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอนมีการประเมิน ข้อสอบโดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

การทวนสอบในระดับหลักสูตรสามารถทำได้โดยมีระบบประกันคุณภาพภายใน มหาวิทยาลัยดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้และรายงานผล

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา จะเน้นการทำวิจัยสัมฤทธิ์ผล ในการประกอบอาชีพของบัณฑิตอย่างต่อเนื่องและนำผลวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงกระบวนการใน การเรียนการสอนและการพัฒนาหลักสูตรแบบครบวงจร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของ หลักสูตรโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การวิจัยจะดำเนินการดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.2.1 การประเมินการทำงานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษาใน ด้านระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ ความสามารถ และความมั่นใจของบัณฑิต ในการประกอบภาระงานอาชีพ

2.2.2 การตรวจสอบจากผู้ประกอบการโดยขอเข้าสัมภาษณ์หรือการส่งแบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตที่จบการศึกษา และได้เข้าไปทำงาน ในสถาน- ประกอบการนั้น ๆ ในคาบระยะเวลาต่าง ๆ ทุก ๆ 2 ปี เช่น ปีที่ 1 ปีที่ 3 และ ปีที่ 5 เป็นต้น

2.2.3 การประเมินตำแหน่ง และหรือความก้าวหน้าในสายงานของบัณฑิต

2.2.4 การประเมินจากสถานศึกษาอื่น โดยการส่งแบบสอบถาม หรือสอบถามเมื่อมี โอกาสถึงระดับความพึงพอใจในด้านความรู้ ความพร้อมและคุณสมบัติด้านอื่น ๆ ของบัณฑิตที่ จะจบการศึกษา และเข้าศึกษาเพื่อปริญญาที่สูงขึ้นในสถานศึกษานั้น ๆ

2.2.5 การประเมินจากบัณฑิตที่ไปประกอบอาชีพในแง่ของความพร้อม และความรู้ ที่ได้มาจากสาขาวิชาที่เรียน รวมทั้งสาขาอื่น ๆ ที่กำหนดในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการ ประกอบอาชีพของบัณฑิต รวมทั้งเปิดโอกาสให้เสนอข้อคิดเห็นในการปรับหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้น

2.2.6 ความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่มาประเมินหลักสูตร หรือเป็นอาจารย์ พิเศษ ต่อความพร้อมของนักศึกษาในการเรียน และคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ เรียนรู้ และการพัฒนาองค์ความรู้ของนักศึกษา

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557

3.1 ศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครบถ้วนตามหลักสูตรโดยมีค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ย ตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 2.00

3.2 ใช้เวลาศึกษาไม่เกินระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตรระดับปริญญาตรี

3.3 ไม่มีหนี้สินใด ๆ ค้างชำระต่อมหาวิทยาลัย

3.4 เงื่อนไขอื่นให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของ สภาวิชาการ

หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 มีการปฐมนิเทศแนะแนวการเป็นครูสำหรับอาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้และเข้าใจนโยบายของมหาวิทยาลัย/คณะตลอดจนหลักสูตรที่สอน

1.2 ส่งเสริมอาจารย์ใหม่ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่องโดยผ่านการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องในสาขาวิชา การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

1.3 จัดให้มีอาจารย์พี่เลี้ยงให้กับอาจารย์ใหม่เพื่อช่วยเหลือและแนะนำด้านการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และงานที่ได้รับมอบหมายจากภาควิชาหรือคณะ

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

2.1.1 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์การสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่องผ่านการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องในสาขาวิชา การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ศึกษาดูงานวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

2.1.2 การเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัยรวมถึงพัฒนาทักษะการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 และการวิจัยในชั้นเรียน

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

2.2.1 ส่งเสริมให้อาจารย์ประจำหลักสูตรมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่สังคมและชุมชนที่จัดขึ้นโดยภาควิชา คณะ และมหาวิทยาลัย

2.2.2 มีการกระตุ้นอาจารย์ประจำหลักสูตรทำผลงานทางวิชาการ

2.2.3 ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นหลักและเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ

2.2.4 ส่งเสริมให้อาจารย์ประจำหลักสูตรเข้าร่วมกลุ่มวิจัยแบบบูรณาการทั้งในระดับภาควิชา ระดับคณะและระดับมหาวิทยาลัย

2.2.5 จัดให้อาจารย์ประจำหลักสูตรเข้าร่วมกิจกรรมบริการวิชาการต่าง ๆ ทั้งของภาควิชา คณะ และของมหาวิทยาลัยตามพื้นที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐาน

ในการบริหารหลักสูตรมีคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ทำหน้าที่กำกับดูแล และให้คำแนะนำ ตลอดจนกำหนดนโยบายการบริหารหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

เป้าหมาย	การดำเนินการ	การประเมินผล
1. พัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยอาจารย์ประจำ หลักสูตรและอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	1. สร้างเนื้อหาในรายวิชาให้ สอดคล้องกับปรัชญาและ วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	1. หลักสูตรได้รับการ รับรองมาตรฐานจาก สำนักงานคณะกรรมการ การอุดมศึกษา (สกอ.)
2. กระตุ้นให้นักศึกษาเกิด ความใฝ่รู้ในการแสวงหา สิ่งใหม่ ๆ มีแนวทาง การเรียนรู้ที่สร้างทั้งความรู้ ในวิชาการและวิชาชีพ ที่มีความทันสมัย	2. ปรับปรุงหลักสูตรให้มีความ ทันสมัยกับสภาพการณ์โดยมี การปรับปรุงหลักสูตรทุก 3 ปี	2. รายงานผลการปรับปรุง หลักสูตรรอบ 3 ปี
3. ปรับปรุงหลักสูตรให้มี คุณภาพและมาตรฐานทาง วิชาการและวิชาชีพ	3. จัดการเรียนการสอนทั้ง ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติและ กำหนดแนวให้นักศึกษาได้ศึกษา ค้นคว้าความรู้ด้วยตนเอง	3. จำนวนวิชาเรียนที่เปิด โอกาสให้นักศึกษามี โอกาสได้ศึกษา ค้นคว้า และวิเคราะห์ด้วย ตัวเอง
4. มีการประเมินมาตรฐาน หลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ	4. กำหนดให้อาจารย์ที่สอนมี คุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาโท ทางการตลาดหรือบริหารธุรกิจ	4. ผลประเมินการสอน ของอาจารย์ผู้สอน โดยนักศึกษา
	5. ส่งเสริมให้คณาจารย์ประจำ สาขาวิชาไปศึกษาดูงานเพื่อนำ ประสบการณ์ที่ได้กลับมา ปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร	5. ผลประเมินหลักสูตร โดยคณาจารย์ ประจำ สาขาวิชาในรอบ 2 ปี
	6. มีการประเมินหลักสูตรโดย คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ภายในทุกปีและภายนอก อย่างน้อยทุก 4 ปี	6. ผลประเมินหลักสูตร โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอกทุก ๆ 4 ปี และ ผลจากบัณฑิตที่สำเร็จ การศึกษาทุกปี
	7. ประเมินความพึงพอใจของ หลักสูตรและการเรียนการสอน จากบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา	

2. บัณฑิต

หลักสูตรมีการติดตามคุณภาพของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อคุณภาพของบัณฑิตตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ตาม TQF มีการดำเนินงานโดยหน่วยงานระดับคณะในการจัดเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บัณฑิต หรือผู้ประกอบการที่รับบัณฑิตของหลักสูตรหลังสำเร็จการศึกษาภายในระยะเวลา 1 ปี

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการปฏิบัติงานของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่าสถานประกอบการมีความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการปฏิบัติงานของบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดอยู่ในระดับดีมาก ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ ที่มีผลลัพธ์การเรียนรู้ คือสามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรมและจริยธรรม โดยใช้ดุลยพินิจทางค่านิยม ความรู้สึกของผู้อื่นและแสดงพฤติกรรมด้านคุณธรรมและจริยธรรม โดยมีวินัย มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ เสียสละ

(2) ด้านความรู้ ที่มีผลลัพธ์การเรียนรู้ คือ มีความรู้กว้างขวาง เป็นระบบ สามารถวิเคราะห์และจำแนกข้อเท็จจริงในหลักการและทฤษฎี สามารถบูรณาการความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์ทางบริหารธุรกิจ และสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการจัดการในการทำงานได้

(3) ด้านทักษะทางปัญญาที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน มีผลลัพธ์การเรียนรู้ คือ สามารถค้นหาข้อเท็จจริง ทำความเข้าใจ และสามารถประเมินข้อมูล และหลักฐานใหม่ ๆ จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย สามารถใช้ข้อมูลที่ได้ในการแก้ปัญหาด้วยตนเอง รวมถึงสามารถรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลนำไปใช้ในการจัดการได้อย่างสร้างสรรค์ เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

(4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีผลลัพธ์การเรียนรู้ คือ สามารถทำงานเป็นกลุ่ม โดยมีทักษะเป็นผู้นำ และเป็นสมาชิกกลุ่ม วิเคราะห์ปัญหาได้บนพื้นฐานของตนเองและกลุ่ม และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่นในงานที่ได้รับมอบหมาย

(5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลลัพธ์การเรียนรู้ คือ มีทักษะในการใช้เครื่องมือเพื่อสืบค้นข้อมูล รู้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล และตระหนักถึงลิขสิทธิ์ ตระหนักถึงประเด็นความปลอดภัยออนไลน์ ระมัดระวังและไตร่ตรองการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นทางออนไลน์ สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่อย่างหลากหลายได้อย่างคุ้นเคยตามศาสตร์ของผู้เรียน และใช้คำศัพท์เฉพาะได้ และสามารถใช้เครื่องมือที่หลากหลาย เพื่อการสนทนาและทำงานร่วมกับผู้อื่นแบบออนไลน์ รวมถึงการแบ่งปันเอกสารและหรือข้อคิดเห็น การประชุมทางไกล และการเข้าร่วมสัมมนาผ่านเว็บไซต์ การสัมมนาผ่านเครื่องมือและช่องทางที่หลากหลาย

3. นักศึกษา

3.1 กระบวนการรับนักศึกษาและเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา

หลักสูตรมีการดำเนินการเกี่ยวกับการรับนักศึกษาและการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา ตามแนวปฏิบัติที่มหาวิทยาลัยกำหนด ดังนี้

1) การรับนักศึกษา

หลักสูตรมีการวางแผนการรับนักศึกษาตามศักยภาพและความพร้อมโดยกำหนดการรับสมัครหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดหลักสูตร 4 ปี จำนวน 150 คน หลักสูตรเสนอมหาวิทยาลัยผ่านการพิจารณาจากภาควิชาและคณะในการรับ มีการกำหนดคุณสมบัติของนักศึกษาเป็นไปตามที่กำหนดใน มคอ. 2

2) การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษาในหลักสูตร

หลักสูตรจัดให้มีกิจกรรมการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา โดยมีการจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในศาสตร์การตลาด การวางแผนการเรียนตลอดหลักสูตร วิธีการปรับตัวในการเรียน เพื่อนใหม่และสิ่งแวดล้อม อบรมให้ความรู้ในภาพรวมของรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด โดยจะได้รับคู่มือนักศึกษาและการชี้แจงแนวทางการหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ

3.2 การควบคุมการดูแล การให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนว การคงอยู่ การสำเร็จการศึกษา ความพึงพอใจและผลการจัดการรับรองเรียนของนักศึกษา

หลักสูตรมีการดำเนินการเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมในการส่งเสริมและพัฒนา นักศึกษาการดำเนินการและการประเมินกระบวนการดำเนินการ ดังนี้

การดำเนินการ

1. การควบคุมการดูแลให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษา

1.1 การแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษามีกระบวนการดำเนินการ คือพิจารณาเสนอคณะแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ และผ่านการอบรมตามเงื่อนไขของมหาวิทยาลัยและคณะ มีหน้าที่ดูแลนักศึกษาตลอดหลักสูตร

1.2 ควบคุมให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษา โดยกำหนดให้อาจารย์ที่ปรึกษาจัดทำตารางการพบนักศึกษารวม อย่างน้อยภาคการศึกษาละ 2 ครั้ง และรายบุคคลสำหรับนักศึกษาที่มีปัญหาการเรียน

1.3 อาจารย์ที่ปรึกษารายงานการดำเนินงานต่ออาจารย์ประจำหลักสูตรเมื่อสิ้นภาคการศึกษา เพื่อการพิจารณาแก้ปัญหาและให้ข้อเสนอแนะกับอาจารย์ที่ปรึกษา

2. การจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยให้เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนทั้งในและนอกหลักสูตร มีกระบวนการดำเนินการ ดังนี้

2.1 มีแผนการจัดการเรียนการสอนพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

- แผนการอบรมในโครงการพัฒนานักศึกษาของภาควิชาการตลาด ได้แก่ โครงการอบรมนักการตลาดมืออาชีพ โครงการค่ายนักศึกษาสัมพันธ์ โครงการการเรียนรู้นอกสถานที่เพื่อพัฒนานักศึกษา โครงการพัฒนาบุคลิกภาพ โครงการพัฒนาศักยภาพนักศึกษา ด้านการแข่งขันทางวิชาชีพทางการตลาด และโครงการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ
- กิจกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนกำหนดในมคอ.3 หรือ มคอ.4

4. อาจารย์

4.1 กระบวนการรับอาจารย์ใหม่

4.1.1) หลักสูตรพิจารณาข้อมูลจากแผนอัตรากำลังที่จัดทำและได้รับอนุมัติกับภาระงานที่เกิดขึ้นจริง จำนวนและคุณสมบัติอาจารย์ประจำหลักสูตรต้องเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2558 นำเสนอคณะ/มหาวิทยาลัย โดยกำหนดคุณสมบัติตำแหน่งทางวิชาการ ผลงานทางวิชาการ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ตามที่หลักสูตรต้องการ

4.1.2) กระบวนการรับอาจารย์ใหม่ เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย หลักสูตรมีส่วนร่วมในการกำหนดคุณสมบัติ การออกข้อสอบวิชาเฉพาะ การสอบสอนและการสัมภาษณ์

4.1.3) ผลการคัดเลือก เมื่อได้อาจารย์ที่มีคุณสมบัติตรง/สัมพันธ์ตามต้องการ หลักสูตรจึงจะเสนอต่อมหาวิทยาลัยพิจารณาทบทวนคุณสมบัติของผู้สมัคร

4.1.4) หลักสูตรแจ้งให้อาจารย์ใหม่เข้าร่วมในการปฐมนิเทศทั้งระดับมหาวิทยาลัย/คณะ รวมถึงการจัดอาจารย์พี่เลี้ยงคอยให้คำปรึกษาในช่วงเวลาการทดลองปฏิบัติราชการสอนและการทำหน้าที่เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตร รวมทั้งมีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงานอาจารย์ใหม่

4.2 กระบวนการบริหารและพัฒนาอาจารย์

ภาระงานสอน

1) หลักสูตรพิจารณาจัดให้อาจารย์มีภาระงานสอนตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ชั่วโมงสอนเฉลี่ย 12 ชั่วโมง/สัปดาห์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- มีการนำข้อมูลจาก มคอ.5 / มคอ.6 มาเป็นข้อมูล และพิจารณาความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาที่เปิดสอน
- มีการเชิญอาจารย์พิเศษมาสอนในรายวิชาชีพเฉพาะ และเชิญวิทยากรมาบรรยายพิเศษบางหัวข้อ เช่น รายวิชาสัมมนาทางการตลาด หัวข้อพิเศษทางการตลาด โดยดำเนินการตามระเบียบของคณะ/มหาวิทยาลัย

- มีการพิจารณากำหนดภาระงานเกี่ยวกับการนิเทศรายวิชาประสบการณ์ภาคสนาม(ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษา) ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

2) มีการเปิดรายวิชาที่ไม่เป็นไปตามแผน คือการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ตามที่คณะแจ้งให้พิจารณาการขอเปิดรายวิชาจากคำร้องของนักศึกษา ซึ่งตามระเบียบของมหาวิทยาลัยไม่สามารถนับเป็นภาระงานสอนปกติได้ แต่หลักสูตรได้พิจารณาว่าเป็นความจำเป็น เนื่องจากเป็นนักศึกษาที่เรียนตกค้าง และเป็นการเรียนเป็นภาคเรียนสุดท้ายที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา จึงเห็นควรเปิดสอน

3) หลักสูตรพิจารณาภาระงานของอาจารย์ในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกพันธกิจ ทั้งด้านการสอน การวิจัย การให้บริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ตามเกณฑ์มหาวิทยาลัยโดยมีการจัดสรรการยืมยูนให้เหมาะสมตามเงื่อนไขความจำเป็นของอาจารย์ที่มีต่อภาระงานในแต่ละด้านไม่เท่ากัน

4) หลักสูตรจัดให้มีการเผยแพร่รายชื่อและคุณวุฒิของอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนทั้งอาจารย์ประจำและอาจารย์พิเศษในทุกภาคการศึกษา เพื่อให้ข้อมูลมีความทันสมัยและเป็นปัจจุบันในสื่ออิเล็กทรอนิกส์

5) มีการประเมินการปฏิบัติงานสอนอาจารย์โดยนักศึกษา

หลักสูตรนำผลการประเมินการสอนอาจารย์โดยนักศึกษาและจากรายงานใน มคอ. 5 มคอ.6 และ มคอ.7 มาปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน และพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน

4.3 การพัฒนาความก้าวหน้าในการผลิตผลงานทางวิชาการของอาจารย์

1) หลักสูตรเสนอแผนการพัฒนาอาจารย์เพื่อขอรับงบประมาณในการสนับสนุนการพัฒนาอาจารย์ โดยคณะได้จัดสรรงบประมาณพัฒนาคุณภาพอาจารย์ในการเข้ารับการอบรมพัฒนาวิชาการ

2) การส่งเสริมอาจารย์ให้ศึกษาต่อ โดยได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย

3) การทำวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน

4) หลักสูตรมีการควบคุม ติดตามการดำเนินงานตามแผนพัฒนาตนเองเพื่อการประเมินผลและนำไปปรับปรุงเพื่อให้เกิดคุณภาพกับอาจารย์

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

จากปรัชญาของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่ว่านักการตลาดที่มีคุณภาพและศักยภาพ ต้องมีสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาการและวิชาชีพ สามารถบูรณาการ

และประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด ร่วมกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาธุรกิจ และการทำงานได้อย่างสร้างสรรค์ ใฝ่เรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ มีทัศนคติที่ดีในกิจการตลาด ควบคู่กับความเป็นผู้มีชีวิตมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีคุณธรรมและยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรที่กำหนดคุณลักษณะ หรือสมรรถนะของผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรด้านวิชาการวิชาชีพ คุณธรรม จริยธรรมและทักษะที่นักศึกษาต้องได้รับการพัฒนาเป็นไปตาม TQF มีสมรรถนะด้านวิชาชีพตามความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม

รูปแบบโครงสร้างของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 เป็นหลักสูตรที่มีโครงสร้างหลักสูตรรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต ประกอบด้วยหมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต หมวดวิชาเฉพาะที่เป็นกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 33 หน่วยกิต กลุ่มวิชาชีพ 61 หน่วยกิต หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต และประสบการณ์ภาคสนาม 7 หน่วยกิต โดยมีการจัดการเรียนการสอนที่บูรณาการการเรียนรู้กับการทำงาน โดยจัดให้มีกลุ่มวิชาประสบการณ์ภาคสนามที่จัดเป็นวิชาเลือกในรูปแบบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา มีการเปิดโอกาสการเลือกวิชาเรียนโดยเปิดรายวิชาเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักศึกษาและเป็นรายวิชาที่พัฒนาทักษะทางวิชาชีพเพื่อการทำงานได้เป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยมีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ในรายวิชาที่เปิดสอนการตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาและการกำกับกับการประเมินการจัดการเรียนการสอนและประเมินหลักสูตร (มคอ.5 มคอ.6 และมคอ.7) เพื่อให้หลักสูตรดำเนินการตามคู่มือระบบและกลไกการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ พ.ศ. 2558

การประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ในรายวิชาที่เปิดสอน หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ที่รับผิดชอบรายวิชาที่สอนจัดทำ มคอ.3 และตรวจสอบจากคณะกรรมการประจำหลักสูตรโดยกำหนดเกณฑ์การประเมินรายวิชาที่สอนโดยการกำหนดน้ำหนักขององค์ประกอบในการประเมินสอดคล้องกับจุดเน้นของรายวิชาทั้งวิชา ทฤษฎี ปฏิบัติ และสัมมนา และแจ้งให้นักศึกษาทราบในแนวการสอนของรายวิชา

การประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยใช้การประเมินตามสภาพจริงที่มีเครื่องมือประเมินอย่างหลากหลาย เช่น ข้อสอบปรนัย อัตนัย การบ้าน รายงานที่มอบหมาย การสอบปากเปล่า การสังเกตพฤติกรรมนักศึกษา การวัดทักษะการปฏิบัติงานและเครื่องมือประเมินสะท้อนสภาพการปฏิบัติงานจริงในการประกอบอาชีพ

การตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรมีการดำเนินการตรวจสอบจากอาจารย์ประจำหลักสูตร และคณะกรรมการกลางที่แต่งตั้งจากคณะในเรื่อง

5.1 กำกับให้มีการพัฒนาและตรวจสอบเครื่องมือประเมินนักศึกษาที่เหมาะสมกับวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ อาจารย์ประจำหลักสูตรจะตรวจสอบจาก มคอ.3 ที่อาจารย์ผู้สอนจัดทำ

5.2 วิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพ/ปรับปรุงพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพนักศึกษา เช่น มีการปรับปรุงข้อสอบ สร้างข้อสอบใหม่ ๆ เสมอ ควบคุมการประเมินผลการเรียนในรายวิชาที่มีหลายกลุ่มเรียนให้ได้มาตรฐานเดียวกัน โดยกำหนดให้มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชานัดประชุมชี้แจงให้อาจารย์ผู้สอนในรายวิชาทุกคน จัดการเรียนการสอนตามมาตรฐานที่กำหนดในเอกสารที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนในรายวิชาเดียวกัน ใช้ข้อสอบชุดเดียวกันในการประเมินผล รวมถึงควบคุมให้มีการประเมินผลและแจ้งให้นักศึกษารับรู้ชัดเจน มีข้อมูลหลักฐานหรือที่มาของคะแนนที่ใช้ในการประเมินผล การกระจายของเกรด สะท้อนความสามารถที่แท้จริงของนักศึกษาและลักษณะของรายวิชา

5.3 กำกับการประเมินการจัดการเรียนการสอน โดยกำหนดให้อาจารย์ประเมินการจัดการเรียนการสอน และรายงานใน มคอ. 5 มคอ. 6 และการประเมินหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรต้องจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ.7) เพื่อประเมินหลักสูตรตามหลักเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยมีหน่วยงานกลาง คือ สำนักงานอธิการบดี สำนักทะเบียนและประมวลผล สำนักหอสมุด สำนักดิจิทัลเพื่อการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการจัดสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เกี่ยวกับ

1) การเตรียมความพร้อมทางกายภาพ (ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ สภาพแวดล้อมด้านการเรียนรู้)

2) การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งสนับสนุนทางการศึกษา เช่น ห้องสมุด ฐานข้อมูลทรัพยากรการเรียนรู้ วารสารวิชาการเพื่อการสืบค้น

3) การจัดพื้นที่ สถานที่สำหรับนักศึกษาและอาจารย์ได้พบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนสนทนาหรือทำงานร่วมกัน

ข้อมูลการจัดหาสิ่งสนับสนุนในแต่ละปีการศึกษาจะได้มาจากการนำเสนอข้อมูลของหลักสูตร คณะ สำนักทะเบียนและประมวลผล สำนักหอสมุด สำนักดิจิทัลเพื่อการศึกษาและ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมหาวิทยาลัย รวบรวมข้อมูลของหน่วยงาน และจัดสรรงบประมาณสนับสนุน เพื่อจัดตั้งสนับสนุนการเรียนรู้ที่ตรงกับความต้องการและเพียงพอต่อการใช้งาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มีระบบและกลไกในการเตรียมความพร้อมด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่จำเป็นต่อนักศึกษา โดยดำเนินการในการของบประมาณเพื่อจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรโดยใช้ผลการประเมินความพึงพอใจจากอาจารย์และนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ปีก่อน เพื่อนำเสนอมหาวิทยาลัยให้หน่วยงานกลางปรับปรุงสื่อเทคโนโลยีที่ใช้ในห้องเรียนให้ทันสมัย รวมถึงการซ่อมบำรุงอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ใช้สอนได้ตลอดเวลา และได้ของบประมาณสนับสนุนเกี่ยวกับสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ด้านอุปกรณ์สื่อเทคโนโลยีในการปฏิบัติงานของอาจารย์ ละห้องปฏิบัติการการตลาดของนักศึกษา

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

มีทั้งหมด 13 ตัวบ่งชี้ ดังนี้

ผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายตัวบ่งชี้ทั้งหมดในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษาเพื่อติดตามการดำเนินการตาม TQF ต่อไป ทั้งนี้ เกณฑ์การประเมินผ่าน คือ มีการดำเนินงานตามข้อ 1-5 และอย่างน้อยร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุไว้ในแต่ละปี

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X
2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่ สอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา	X	X	X	X	X
3. มีรายละเอียดของรายวิชาและประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษา ให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5-6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	X	X	X	X	X
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ.3-4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	X	X	X	X	X
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอนหรือการประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่ผ่านมา		X	X	X	X
8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	X	X	X	X	X
9. อาจารย์ผู้สอนทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	X	X	X	X	X
10. จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	X	X	X	X	X
11. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนน 5.0				X	X
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0					X
13. ผลการสอบประมวลความรู้ทางวิชาชีพของนักศึกษาในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาบนพื้นฐานการใช้นวัตกรรม ไอที และความสร้างสรรค์ทางการตลาดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60				X	X

หมวดที่ 8 การประเมิน และปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

คณะกรรมการบริหารหลักสูตร กำหนดให้ผู้สอนจัดการเรียนการสอนตาม มคอ. 3 ของแต่ละรายวิชา และให้ผู้ประสานรายวิชาประเมินกลยุทธ์การสอนเพื่อปรับปรุงคุณภาพการสอนในครั้งต่อไป จากนั้นให้นำเสนอคณะกรรมการบริหารหลักสูตร เพื่อดำเนินการต่อไป

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้กลยุทธ์ตามที่ได้วางแผนไว้ดังกล่าว สามารถกระทำได้ ดังนี้

1.2.1 ประเมินโดยนักศึกษาในแต่ละรายวิชา การกำกับกระบวนการในการประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน จะทำโดยให้นักศึกษาร่วมกับผู้สอนตรวจสอบรายงานการสอน (Course Outline) ว่าเป็นไปตามได้แก่นักศึกษาในต้นชั่วโมงหรือไม่ หากดำเนินการสอนไม่ครบถ้วน ผู้สอนจะได้นำมาวางแผนการสอนในส่วนเนื้อหาที่ขาดไปให้ครบถ้วน

1.2.2 ประเมินตนเองโดยอาจารย์ผู้สอน กำหนดให้อาจารย์ผู้สอนประเมินตนเองโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรร่วมกันสร้างแบบประเมินประสิทธิภาพการสอน และให้อาจารย์ผู้สอนประเมินตนเองหลังเสร็จสิ้นกระบวนการเรียนการสอนในภาคเรียนนั้น ๆ จากนั้นนำมาเข้าที่ประชุมของกรรมการบริหารหลักสูตร เพื่อวางแผนให้ข้อเสนอและปรับปรุงต่อไป

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

การประเมินหลักสูตรในภาพรวม โดยสำรวจข้อมูลจาก

2.1 นักศึกษาและบัณฑิต คณะกรรมการบริหารหลักสูตร จัดส่งแบบประเมินหลักสูตรให้กับนักศึกษาและบัณฑิตที่จบไป โดยแบบประเมินหลักสูตรจะครอบคลุมตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน คือ (1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ (2) ด้านความรู้ในวิชาการและวิชาชีพ (3) ด้านทักษะทางปัญญาที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน (4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ (5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์และนำเข้าสู่ที่ประชุมเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน และการพัฒนาหลักสูตรต่อไป

2.2 ผู้ใช้บัณฑิต คณะกรรมการบริหารหลักสูตร จัดส่งแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตของหลักสูตร โดยแบบสอบถามจะครอบคลุมถึงผลสัมฤทธิ์ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม (2) ด้านความรู้ในวิชาการและวิชาชีพ (3) ด้านทักษะทางปัญญา (4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ (5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงข้อเสนอที่มีต่อการพัฒนาหลักสูตรและอัตลักษณ์ของบัณฑิต จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์และนำเข้าสู่ที่ประชุมเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน และการพัฒนาหลักสูตรต่อไป

2.3 ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการบริหารหลักสูตร จัดส่งหลักสูตรและแบบประเมินหลักสูตรให้กับผู้ทรงคุณวุฒิหลังพัฒนาหลักสูตรและใช้หลักสูตรมาแล้วระยะหนึ่ง จากนั้นให้ผู้ทรงเสนอแนะหรือปรับปรุงเนื้อหา ความทันสมัย หรือกระบวนวิชาที่เป็นประโยชน์ในการเรียนการสอน ทั้งนี้เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรในวงรอบต่อไป

2.4 อาจารย์ผู้สอน คณะกรรมการบริหารหลักสูตร จัดส่งแบบประเมินหลักสูตรให้กับอาจารย์ผู้สอนเพื่อร่วมกันให้ข้อเสนอแนะปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาหลักสูตร รวมถึงการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ต่อไป จากนั้นคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ร่วมกับผู้สอนนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

2.5 กรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการบริหารหลักสูตร มีการประชุมเพื่อทบทวนถึงผลที่นำหลักสูตรไปใช้ในการเรียนการสอน จากนั้นร่วมกันวางแผนทางการพัฒนาการเรียนการสอนให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้เรียนและตามความต้องการของตลาดแรงงานด้วย

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

หลักสูตรวิชาผ่านการประเมินจากหน่วยงานประกันคุณภาพหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ จากคณะกรรมการประเมินคุณภาพ

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุงหลักสูตรและแผนกลยุทธ์การสอน

การทบทวนผลการประเมินของหลักสูตรเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร มีดังนี้

4.1 หลักสูตรเก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาหลักสูตรจากนักศึกษา บัณฑิต และผู้ใช้บัณฑิต รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลและข้อเสนอแนะจากฝ่ายที่เกี่ยวข้องเหล่านั้น

4.2 คณาจารย์ในหลักสูตรร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากข้อ 1) เพื่อใช้ข้อมูลดังกล่าวเป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรต่อไป

4.3 ทำการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้เหมาะสม ทันสมัย และสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาและผู้ใช้บัณฑิต

ภาคผนวก ก
คำอธิบายรายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- GEN 1101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**
Thai for Communication
 ทักษะในการสื่อสารภาษาไทยอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน ความงดงามของภาษาในแง่มุมต่าง ๆ และประยุกต์ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ
- GEN 1102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
English for Daily Communication
 การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐาน เพื่อการพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนในสถานการณ์ต่าง ๆ และทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสมรวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร
- GEN 1103 ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้ 3(3-0-6)**
English for Learning
 การอ่านภาษาอังกฤษจากบทอ่านตามสภาพจริงเพื่อการเรียนรู้ การใช้พจนานุกรม การเดาความหมายของคำศัพท์ การประกอบรูปคำ การอ่านเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและคิดวิเคราะห์จากเรื่องที่อ่าน
- GEN 1104 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
Chinese for Daily Communication
 การพัฒนาทักษะทางภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร
- GEN 1105 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
Korean for Daily Communication
 การพัฒนาทักษะทางภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร

- GEN 1106 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
Japanese for Daily Communication
 การพัฒนาทักษะทางภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร
- GEN 1107 ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
French for Daily Communication
 การพัฒนาทักษะทางภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร
- GEN 1108 ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**
Burmese for Daily Communication
 การพัฒนาทักษะทางภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร
- GEN 1201 ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข 3(3-0-6)**
Arts of Happy Living
 การเรียนรู้ และปฏิบัติตามหลักปรัชญาและศาสนาด้วยจิตภavana เพื่อความเข้าใจในมนุษย์ สังคม โลก และธรรมชาติ การสร้างสุนทรีย์ในชีวิต ให้เกิดความสมดุลทั้งด้านกาย ใจ อารมณ์ เพื่อความสงบสุขและสันติภาพอย่างยั่งยืน
- GEN 1202 พัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม 3(3-0-6)**
Personality and Social Etiquette Development
 ความหมาย ความสำคัญ ขอบเขต พัฒนาการและทฤษฎีบุคลิกภาพ การเป็นผู้นำและสร้างภาวะผู้นำ การพัฒนาทักษะการทำงาน การติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานเป็นทีม การดูแลรูปลักษณ์ การแต่งกาย การพัฒนาอารมณ์และจิตใจ การเพิ่มความมั่นใจและความกล้าแสดงออก มารยาทการเข้าสังคม การวิเคราะห์และประเมินตนเอง รวมทั้งวางแผนพัฒนาตนเอง หลักการดำเนินชีวิตและคุณธรรมในสังคมที่หลากหลาย

- GEN 1301 ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่ 3(3-0-6)**
Chiang Mai Rajabhat Identity
 วิธีล้านนา ราชภัฏเชียงใหม่ภายใต้วิธีล้านนา ความเป็นมาของมหาวิทยาลัย
 ราชภัฏเชียงใหม่ อัตลักษณ์ของราชภัฏเชียงใหม่ การปลูกฝังความสำนึกการเทิดทูนสถาบันชาติ
 ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ความภาคภูมิใจของการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
 การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม การสร้าง ความตระหนักและสำนึกในความเป็นไทย การเสริมสร้าง
 คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- GEN 1302 วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้ 3(3-0-6)**
Knowledge Transfer Methodology
 หลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับวิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้ รูปแบบและ
 เทคนิคที่ทันสมัยในการถ่ายทอดความรู้ในศตวรรษที่ 21 การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้
 ศิลปะการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ การบูรณาการองค์ความรู้สู่การถ่ายทอดอย่างเหมาะสม
 ต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- GEN 1303 ศาสตร์พระราชา 3(3-0-6)**
King's Philosophy
 พระราชประวัติ การศึกษาและประสบการณ์ ซึ่งเป็นที่มาของศาสตร์พระราชา
 ความหมายของศาสตร์พระราชา การจัดแบ่งประเภทหรือหมวดหมู่ของศาสตร์พระราชา
 ด้านการศึกษา การแพทย์ สาธารณสุข การพัฒนาการเกษตร การพัฒนาและอนุรักษ์
 ทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและชีวิตวัฒนธรรม การวิจัยและ
 นวัตกรรมโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ หลักการทรงงาน คุณยัศึกษการพัฒนา
 อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ โครงการหลวง
 บทสรุปของการอนุรักษ์และพัฒนา เพื่อการพัฒนาคนให้อยู่ร่วมกับสรรพสิ่งได้อย่างเป็นสุข
 และยั่งยืน

- GEN 1304 การป้องกันและต่อต้านการทุจริต 3(3-0-6)**
Preventing and Resisting Corruption
 โครงสร้างสังคมและระบบการเมืองการปกครองไทย กฎหมายรัฐธรรมนูญ และกฎหมายในชีวิตประจำวันที่น่าสนใจ การทุจริตในสังคมไทย ความหมายของการทุจริต ประเภท รูปแบบ ปัจจัยและผลกระทบที่เกิดจากการทุจริต กฎหมายและหลักธรรมาภิบาลที่ก่อให้เกิดเจตคติและจิตสำนึกความเป็นพลเมืองดี การสร้างสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต
- GEN 1305 โลกแห่งธุรกิจ 3(3-0-6)**
World of Business
 เปิดโลกธุรกิจให้เห็นถึงแนวโน้มธุรกิจตามกระแสโลก สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ กลไกทางเศรษฐกิจ สถานการณ์เศรษฐกิจของไทยและของโลก วิธีการจัดการธุรกิจ การบริหารพนักงาน ธุรกิจดิจิทัล การวางแผนและควบคุมกำไร โดยศึกษาจากธุรกิจที่น่าสนใจ
- GEN 1306 ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น 3(3-0-6)**
Citizenship and Local Development
 การพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้โดยเน้นการทำกิจกรรม (Active Learning) ให้เป็นพลเมืองที่ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของความเป็นพลเมืองตามหลักประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาค และคุณลักษณะที่ดีของความเป็นพลเมือง การเสริมสร้างจิตสาธารณะ ความรับผิดชอบต่อสังคม จิตอาสา กับ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การปฏิบัติการเรียนรู้ชุมชนภาคสนาม การจัดทำโครงการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
- GEN 1401 การคิดและการตัดสินใจ 3(3-0-6)**
Thinking and Decision Making
 หลักการและกระบวนการคิดของมนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ ข้อมูลข่าวสาร โดยการใช้หลักตรรกะ การใช้เหตุผล การคิดเชิงตัวเลข กระบวนการตัดสินใจ ทฤษฎีการตัดสินใจเพื่อสามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างถูกต้อง

GEN 1402 การรู้ดิจิทัล 3(3-0-6)

Digital Literacy

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้งานดิจิทัล สิทธิและความรับผิดชอบ ความสามารถในการค้นหาและเลือกข้อมูล การสื่อสารที่มีประสิทธิผล การรู้สารสนเทศ ความรู้ความเข้าใจและการเข้าถึงสื่อดิจิทัล ความปลอดภัยทางอิเล็กทรอนิกส์ แนวปฏิบัติในสังคมดิจิทัล และกฎหมายดิจิทัล

GEN 1403 การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม 3(3-0-6)

Holistic Health Care

การดูแลสุขภาพที่ให้ความสำคัญในความเป็นองค์รวมของทุกมิติ อันได้แก่ ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และจิตวิญญาณ ให้มีความสัมพันธ์กันอย่างสมดุลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการมีสุขภาพที่ดี ความหมายและความสำคัญของสุขภาพ อนามัยส่วนบุคคล การดูแลสุขภาพระดับครอบครัว และชุมชน การดูแลสุขภาพกายและใจ การออกกำลังกาย การเลือกกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ การจัดโปรแกรมฝึกการออกกำลังกายให้เหมาะสม การตรวจสอบสุขภาพทางกาย โภชนาการกับการออกกำลังกาย อาหารและโภชนาการสำหรับบุคคลในวัยต่าง ๆ โรคและอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารไม่ปลอดภัย

ข. หมวดวิชาเฉพาะด้าน

1) กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ

ACC 1105 การบัญชีเบื้องต้นและภาษีอากร 3(3-0-6)

Introduction of Accounting and Taxation

ความหมาย วัตถุประสงค์ของการบัญชี ประโยชน์ข้อมูลทางการบัญชี หลักการบัญชีคู่ การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไป บัญชีแยกประเภท การปรับปรุงรายการ และการปิดบัญชีเมื่อสิ้นงวด การจัดทำงบทดลอง การจัดทำกระดาษทำการ การจัดทำงบการเงิน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีอากรธุรกิจ ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีหัก ณ ที่จ่าย ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีมูลค่าเพิ่ม

DIGI 1201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3(2-2-5)

เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ

Application of Computer Programs for Business Documents

โปรแกรมประมวลผลคำ การสร้างรูปแบบหนังสือราชการ บันทึกข้อความ จดหมายธุรกิจ จดหมายเวียน ปฏิบัติการพิมพ์เอกสารตามรูปแบบ การประยุกต์สร้างชิ้นงานเอกสาร การเริ่มใช้โปรแกรมสเปรดชีต ส่วนประกอบของโปรแกรมสเปรดชีต การป้อนและการจัดรูปแบบข้อมูล การสร้างสูตรและการใช้ฟังก์ชันในการคำนวณ การปรับแก้ข้อมูล การจัดการข้อมูลในตารางงาน การเชื่อมโยงระหว่างเอกสาร การออกแบบรายงานในรูปแบบข้อความและแผนภูมิ การเริ่มต้นใช้โปรแกรมนำเสนอ หลักการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประยุกต์ใช้โปรแกรมนำเสนอเพื่อการผลิตสื่อ

ECON 1103 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 3(3-0-6)

Introduction to Economics

แนวคิดเกี่ยวกับหลักทางเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพ ความยืดหยุ่น การผลิตและต้นทุนการผลิต โครงสร้างและพฤติกรรมตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ การคำนวณผลิตภัณฑ์มวลรวม การเงิน การธนาคาร และนโยบายการเงิน การภาษีอากรและการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การค้าและการเงินระหว่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจและยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศไทย

FB 1101 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)

Business Finance

ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายการเงินในธุรกิจ ตลอดจนเป้าหมายและความสำคัญของการเงินธุรกิจ หลักการเบื้องต้นในการวางแผนและควบคุมทางการเงิน การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน การวิเคราะห์ค่าเงินตามเวลา หลักการวิเคราะห์ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทน การจัดหาเงินทุนจากตลาดทุนและตลาดเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดสรรเงินทุน การบริหารสินทรัพย์หมุนเวียน การพิจารณาโครงการลงทุน การเริ่มลงทุน กิจการ การขยายกิจการ การเพิ่มทุน นโยบายการจัดสรรกำไรและเงินปันผล

HRM 1101 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)

Human Resource Management

ความเป็นมาและหลักการในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ขอบข่ายหน้าที่ ความรับผิดชอบ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาการคัดเลือกการพัฒนาการฝึกอบรม การประเมินผล การปฏิบัติงาน การจ่ายผลตอบแทน แรงงานสัมพันธ์ ตลอดจนการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์

LB 1604 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)

Business Laws

หลักกฎหมายทั่วไป นิติกรรม หัก เอกเทศสัญญาสัญญาซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้เช่าทรัพย์สิน เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำของ การประกันบุคคลด้วยทรัพย์สิน ห้างหุ้นส่วน บริษัท บริษัทมหาชน จำกัด กฎหมายแรงงาน ตัวเงิน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

MGT 1101 องค์การและการจัดการ 3(3-0-6)

Organization and Management

ความหมาย วัตถุประสงค์ ประเภทขององค์การ แนวคิดทฤษฎีองค์การ หลักเกณฑ์และแนวคิดในการจัดตั้งองค์การธุรกิจ ผู้บริหารและทักษะการจัดการ ศาสตร์และศิลป์ในการจัดการ หลักการจัดการและกระบวนการจัดการที่สำคัญ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ การจูงใจ และการควบคุม การปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายและนโยบายที่ตั้งไว้

MGT 2103 การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน 3(3-0-6)

Production and Operations Management

ลักษณะ และความสำคัญของการผลิต ระบบการผลิต การจัดองค์การเพื่อการผลิต การพยากรณ์การผลิต การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนกระบวนการผลิต การเลือกที่ตั้ง ระบบการจัดซื้อ ระบบการควบคุมสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพและปริมาณ การบริหารโครงการ ระบบการบำรุงรักษา และความปลอดภัยในการดำเนินงาน

MGT 4101 จริยธรรมทางธุรกิจ**3(3-0-6)****Business Ethics**

แนวคิดและที่มาของจริยธรรม จริยธรรมทางธุรกิจ การสร้างและพัฒนา จริยธรรมทางธุรกิจ บรรษัทภิบาล ปัญหาการทุจริตในองค์การ จริยธรรมของผู้บริหารและ พนักงาน จริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

MK 1101 หลักการตลาด**3(3-0-6)****Principles of Marketing**

ความหมาย บทบาทและความสำคัญของการตลาด แนวคิดพื้นฐานทาง การตลาด สิ่งแวดล้อมทางการตลาด หน้าที่ทางการตลาด แรงจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบบสารสนเทศทางการตลาด การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาประยุกต์ใช้งานด้านการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด การวิจัยการตลาดเบื้องต้น การตลาดเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม และจริยธรรมทางการตลาด

STAT 2404 สถิติธุรกิจ**3(3-0-6)****Business Statistics**

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถิติและเทคนิคเชิงปริมาณที่มีประโยชน์ต่อการดำเนิน ธุรกิจ ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม ประชากรและการเลือกตัวอย่าง การประมาณค่า การทดสอบสมมุติฐาน การสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย อนุกรมเวลา การพยากรณ์และการตัดสินใจทาง ธุรกิจ รวมถึงแนวทางการใช้ และแปลผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมประยุกต์ทางสถิติ

2) กลุ่มวิชาชีพบังคับ

- MK 1102 พฤติกรรมผู้บริโภค** **3(3-0-6)**
Consumer Behaviors
 บทบาท ความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค และการประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
- MK 2104 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย** **3(3-0-6)**
และโลจิสติกส์ทางการตลาด
Distribution Channels and Marketing Logistics Management
 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการบริหารคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย การสรรหา การคัดเลือก การกระตุ้น การส่งเสริม การควบคุมและการประเมินคนกลางที่อยู่ในระบบการจัดจำหน่าย การวางแผนและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และการจัดการกระจายสินค้าทั้งระบบด้วยโลจิสติกส์
- MK 2107 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา** **3(3-0-6)**
Product and Pricing Management
 แนวคิดการจัดการผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การจัดการสายผลิตภัณฑ์ การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ การจัดการตราสินค้า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริหารราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านราคา หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา และวิธีการกำหนดราคาในรูปแบบต่าง ๆ
- MK 2108 การสื่อสารการตลาด** **3(3-0-6)**
Marketing Communication
 ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารการตลาด บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารการตลาด กระบวนการวางแผนการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การตลาดโดยใช้เนื้อหา การวัด และประเมินผลการสื่อสารการตลาด

- MK 2204 การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 3(3-0-6)**
English Communication for Marketers
 คำศัพท์ สำนวนภาษา และบทสนทนาที่ใช้ในการดำเนินงานทางการตลาด การวิเคราะห์หัวข้อทางการตลาด และการนำเสนองานด้านการตลาดต่อหน้าผู้ฟังเป็นภาษาอังกฤษ
- MK 3212 การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)**
Digital Marketing
 บทบาท ความสำคัญและแนวโน้มการตลาดดิจิทัล การใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล รูปแบบและประเภทของการตลาดดิจิทัล การโฆษณาออนไลน์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างตราสินค้าผ่านเครื่องมือดิจิทัล การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล การวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และเทคนิคการทำการตลาดดิจิทัล
- MK 3309 การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)**
Strategic Marketing Management
 หลักการและความสำคัญของการจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ในกระแสโลกาภิวัตน์ บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารการตลาด การวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์และโอกาสทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและการวิจัยตลาด หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ การวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และการควบคุมและประเมินผลทางการตลาด
- MK 3310 การวางแผนการตลาด 3(3-0-6)**
Marketing Planning
 ความสำคัญและกระบวนการเขียนแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การเลือกตลาดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์การตลาด การควบคุมทางการตลาด และการนำเสนอแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

MK 3311 นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(3-0-6)

Creative Marketing Innovations

แนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการและเทคนิคการคิดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์แนวคิดภูมิปัญญาไทย ความหมาย ประเภทของนวัตกรรม กระบวนการพัฒนานวัตกรรม การวิจัยและพัฒนาเพื่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ทฤษฎีสินทางปัญญา และการลงทุนธุรกิจนวัตกรรมและการเขียนแผนธุรกิจ

MK 4901 การวิจัยการตลาด 3(3-0-6)

Marketing Research

ขอบเขต ความสำคัญ และบทบาทการวิจัยทางการตลาด กระบวนการวิจัยทางการตลาด เครื่องมือวิจัยทางการตลาด ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาด การออกแบบวิจัยทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยทางการตลาด และการเขียนรายงานวิจัยทางการตลาด

MK 4902 สัมมนาทางการตลาด 3(3-0-6)

Seminar in Marketing

แนวทางและกระบวนการการจัดรูปแบบสัมมนาทางการตลาด ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ หรือล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาด ทั้งธุรกิจในประเทศและต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินงานในประเทศไทย โดยใช้กรณีศึกษา หรือจากสถานการณ์จริงในพื้นที่ วิเคราะห์ วิพากษ์ วิวิจารณ์ การแก้ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจประเภทต่าง ๆ โดยอาศัยความรู้และทฤษฎีทางการตลาด และให้มีการจัดสัมมนาในหัวข้อเรื่องที่อยู่ในความสนใจในขณะนั้น ตลอดจนงานการศึกษาดูงานทางด้านการตลาดนอกสถานที่เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากองค์กรธุรกิจจริง

3) กลุ่มวิชาชีพเลือก

ENG 1501	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 Business English 1 ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษในบริบททางธุรกิจ	3(3-0-6)
ENG 1502	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 Business English 2 รายวิชาบังคับก่อน: ต้องสอบผ่านรายวิชา ENG 1501 Business English 1 ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษในบริบททางธุรกิจที่ซับซ้อนมากขึ้น	3(3-0-6)
MK 3204	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่ Modern Retail Management ความหมาย ประเภท และลักษณะพื้นฐานของธุรกิจค้าปลีก ประเภทของ ร้านค้าปลีกสภาพแวดล้อมและการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก กฎหมายสำหรับการดำเนินงาน ธุรกิจค้าปลีก พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การบริหารจัดการงาน ส่วนหน้าร้าน การดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกแบบไม่มีหน้าร้าน การส่งเสริมการตลาดในธุรกิจ ค้าปลีก การสื่อสารในธุรกิจค้าปลีก การใช้โลจิสติกส์และเทคโนโลยีในธุรกิจค้าปลีก และแนวโน้มการบริหารจัดการการค้าปลีกในอนาคต	3(3-0-6)
MK 3208	การตลาดบริการ Service Marketing แนวคิดด้านการตลาดบริการ และประเภทของตลาดบริการ การวิเคราะห์ สิ่งแวดล้อมและอุปสงค์ของตลาดบริการ การบริหารกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของ ธุรกิจบริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับงานบริการ ช่องว่างทางการตลาดบริการ การปรับปรุงคุณภาพการบริการและผลผลิตภาพใน การบริการ และแนวโน้มของการตลาด บริการในอนาคต	3(3-0-6)

MK 3210 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)

Marketing for Society and Environment

แนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณ

MK 3211 การตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 3(3-0-6)

Local Product Marketing

แนวคิด ความสำคัญ บทบาทและประเภทผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น การสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ จากผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น กระบวนการจัดการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กลยุทธ์การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แนวทางการสร้างองค์ความรู้จากเทคโนโลยีสมัยใหม่สู่การพัฒนาภูมิปัญญาในท้องถิ่น และแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

MK 3303 การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์ 3(3-0-6)

Creative Brand Management

บทบาทและความสำคัญของตราสินค้านวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ การสร้างการรับรู้และประสบการณ์ในตราสินค้า การสร้างและออกแบบชื่อ โลโก้ เครื่องหมายการค้า สโลแกน และบรรจุภัณฑ์ การวางตำแหน่งตราสินค้าเพื่อครองใจลูกค้า การสร้างอัตลักษณ์บุคลิกภาพ และแก่นแท้ของตราสินค้า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ในภาพลักษณ์ตราสินค้า กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า การยกระดับตราสินค้า และการสร้างคุณค่าตราสินค้าสู่ความยั่งยืน

MK 3304 การจัดการการขาย 3(3-0-6)

Sales Management

แนวคิด บทบาทเกี่ยวกับการจัดการการขาย การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า การจัดโครงสร้างการขาย การวางแผนกลยุทธ์การขาย นักขาย และการบริหารทีมงานขายสมัยใหม่ เทคนิคการขายสมัยใหม่ จริยธรรมการขาย และการขายในรูปแบบบริษัทจำลอง

MK 3308 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว**3(3-0-6)****Marketing for Tourism**

แนวคิด ความหมายและความสำคัญของการตลาดท่องเที่ยว วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประเภทของการตลาดท่องเที่ยว การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างตราสินค้า และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และบทบาทภาครัฐและธุรกิจบริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

MK 4305 การตลาดระหว่างประเทศ**3(3-0-6)****International Marketing**

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดระหว่างประเทศ รูปแบบการตลาดระหว่างประเทศประเภทต่าง ๆ สภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศด้านการเงิน เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง และกฎหมาย ระบบสารสนเทศทางการตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ นโยบายผลิตภัณฑ์กับการตลาดระหว่างประเทศ ราคาและการตลาดระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การสื่อสารทางการตลาดระหว่างประเทศ และแนวโน้มการตลาดระหว่างประเทศ

MK 4307 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด**3(3-0-6)****Quantitative Analysis for Marketing**

ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด การตัดสินใจทางการตลาด การวิเคราะห์การคุ้มทุน ตัวแบบของคงคลัง การจัดซื้อสินค้า โปรแกรมเชิงเส้นตรง ปัญหาคู่ของโปรแกรมเชิงเส้นตรง ปัญหาการขนส่ง ตัวแบบการมอบหมายงาน ทฤษฎีการรอคอย การจำลองแบบปัญหา ทฤษฎีเกมส์ และการวิเคราะห์แบบมาร์คอฟการพยากรณ์

MK 4308 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่**3(3-0-6)****Marketing for New Startups**

ความหมายและความสำคัญของสตาร์ทอัพ การสร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ การวิเคราะห์ผู้บริโภคและการตั้งโจทย์ทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ด้วย Business Model Canvas และ Lean Canvas การวางแผนการตลาด การสร้างคุณค่าที่แตกต่างของผลิตภัณฑ์ การประเมินขนาดของตลาด และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์คู่แข่ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการทดสอบตลาด และการนำเสนอธุรกิจสตาร์ทอัพแก่ลูกค้าและนักลงทุน

MK 4401 ระบบสารสนเทศทางการตลาด**3(3-0-6)****Marketing Information Systems**

องค์ประกอบของระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการสร้างระบบสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์การตัดสินใจ และการควบคุมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาดภายในองค์กร ระบบกรองข้อมูลทางการตลาด ระบบการสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด

MK 4903 หัวข้อพิเศษทางการตลาด**3(3-0-6)****Special Topics in Marketing**

วิเคราะห์และสังเคราะห์กรณีศึกษาทางการตลาด ประเด็นหัวข้อพิเศษทางการตลาดสมัยใหม่ เทคนิคการประยุกต์กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับธุรกิจและการบูรณาการองค์ความรู้จากทฤษฎีทางการตลาด

3) ประสบการณ์ภาคสนาม**MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด****1(0-3-2)****Preparation for Field Experience in Marketing**

การประยุกต์หลักการและทฤษฎีทางการตลาด การเขียนแผนธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงานและการประกันสังคม มารยาทการเข้าสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการสมัครงานและการสัมภาษณ์งาน การเตรียมพร้อมด้านการใช้ทักษะภาษาต่างประเทศ การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี และการเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ

MK 4802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 6(560)

Field Experience in Marketing

วิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา

MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการของหน่วยงาน รัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชน ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์นิเทศ โดยฝึกประสบการณ์วิชาชีพและกำหนดให้ทำภาคนิพนธ์เพื่อให้เกิดองค์ความรู้และ ประสบการณ์เกี่ยวกับงานด้านการตลาด

COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา 1(0-3-2)

Cooperative Education Preparation

การปฏิบัติการเตรียมความพร้อมก่อนการออกฝึกปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการ โดยให้ม้องค์ความรู้ในเรื่อง หลักการ แนวคิด และปรัชญาสหกิจศึกษา กระบวนการและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับระบบสหกิจศึกษา เทคนิคการสมัครงานและการสัมภาษณ์ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ มีความสามารถในการ พัฒนาตนเองตามมาตรฐานวิชาชีพแต่ละสาขาวิชา การปรับตัวในสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม โครงสร้าง การทำงานในองค์กร งานธุรการในสำนักงาน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน และ ระบบบริหารคุณภาพงาน คุณภาพในสถานประกอบการ การเสริมทักษะและจริยธรรมใน วิชาชีพเฉพาะสาขาวิชา และมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำโครงการ การเขียนรายงานผล การปฏิบัติงาน การเขียนรายงานโครงการ และการนำเสนอผลงานโครงการ

COOP 4801 สหกิจศึกษา

6(560)

Cooperative Education

รายวิชาบังคับก่อน : COOP3801 การเตรียมสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพตามสาขาวิชาในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้ บัณฑิตเป็นเวลา 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 560 ชั่วโมง โดยบูรณาการความรู้ที่ได้จากการศึกษาในหลักสูตรการศึกษากับการปฏิบัติงานจริงเสมือนหนึ่งเป็นพนักงาน การจัดทำโครงการ การรายงานผลปฏิบัติงาน การเขียนรายงานโครงการ และการนำเสนอโครงการตามคำแนะนำของพนักงานที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา เพื่อให้เกิดทักษะองค์ความรู้ในวิชาชีพและมีคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ มีลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เพื่อให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานที่พร้อมจะทำงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา

ภาคผนวก ข

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

หลักสูตร ปรับปรุง พ.ศ. 2558		หลักสูตร ปรับปรุง พ.ศ. 2563		เหตุผล
ชื่อหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด		ชื่อหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด		
ชื่อปริญญาและสาขาวิชา บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)		ชื่อปริญญาและสาขาวิชา บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)		
ชื่อย่อ บธ.บ. (การตลาด)		ชื่อย่อ บธ.บ. (การตลาด)		
B.B.A. (Marketing)		B.B.A. (Marketing)		
จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร	130 หน่วยกิต	จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร	130 หน่วยกิต	1. หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 มีการปรับเปลี่ยนจำนวนหน่วยกิต ในกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพจากเดิม 42 หน่วยกิต เหลือ 33 หน่วยกิต เนื่องจากบางรายวิชามีเนื้อหาซ้ำซ้อนกับรายวิชาในกลุ่มวิชาชีพ 2. หลักสูตรเพิ่มจำนวนหน่วยกิตของกลุ่มวิชาชีพบังคับ จากเดิม 30 หน่วยกิต เป็น 33 หน่วยกิต และเพิ่มหน่วยกิตในกลุ่มวิชาชีพเลือกจากเดิม 15 หน่วยกิต เป็น 21 หน่วยกิต ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการรายวิชาให้ทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงรวมถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและสร้างอัตลักษณ์บัณฑิตตามปรัชญาหลักสูตร
ก. หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต	ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต	
1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	9 หน่วยกิต	1) กลุ่มวิชาภาษา	9 หน่วยกิต	
2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	6 หน่วยกิต	2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3 หน่วยกิต	
3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6 หน่วยกิต	3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	9 หน่วยกิต	
4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	9 หน่วยกิต	4) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	9 หน่วยกิต	
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	94 หน่วยกิต	ข. หมวดวิชาเฉพาะ	94 หน่วยกิต	
1) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	42 หน่วยกิต	1) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	33 หน่วยกิต	
2) กลุ่มวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า	52 หน่วยกิต	2) กลุ่มวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า	61 หน่วยกิต	
2.1) บังคับ	30 หน่วยกิต	2.1) บังคับ	33 หน่วยกิต	
2.2) เลือก ไม่น้อยกว่า	15 หน่วยกิต	2.2) เลือก ไม่น้อยกว่า	21 หน่วยกิต	
2.3) ประสบการณ์ภาคสนาม	7 หน่วยกิต	2.3) ประสบการณ์ภาคสนาม	7 หน่วยกิต	
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	ค. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	

สำนักงานอธิการบดี - กองการดูแลและพัฒนาคุณภาพชีวิตและนวัตกรรม

รับทราบให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว ในระบบ CHECO

เมื่อวันที่ - 7 ก.พ. 2563

ลงนาม

ตารางเปรียบเทียบรายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. 2558		หมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. 2562	
กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร		กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	
GLAN 1101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	GEN 1101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
GLAN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	GEN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
GLAN 1104	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและทักษะการเรียนรู้	GEN 1103	ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้
		GEN 1104	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
		GEN 1105	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
		GEN 1106	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
		GEN 1107	ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
		GEN 1108	ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์		กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	
GHUM 1101	จิตตปัญญาศึกษา		
GHUM 1102	ความจริงของชีวิต		
GHUM 1103	สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต		
GHUM 2105	การพัฒนาบุคลิกภาพ	GEN 1202	การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม
GHUM 2204	สุนทรียภาพของชีวิต		
		GEN 1201	ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข
กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์		กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	
GSOC 1103	วิถีล้านนา		
GSOC 1104	วิถีโลก		

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. 2558		หมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. 2562	
GSOC 1105	กฎหมายในชีวิตประจำวัน		
GSOC 1106	การเมืองการปกครองไทย		
GSOC 1107	การป้องกันและต่อต้านการทุจริต	GEN 1304	การป้องกันและต่อต้านการทุจริต
GSOC 2201	สังคมไทยกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง		
GSOC 2202	มนุษย์กับสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน		
GSOC 2203	มนุษย์กับเศรษฐกิจ		
GSOC 2204	ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจ	GEN 1305	โลกแห่งธุรกิจ
GSOC 2205	ศาสตร์พระราชา	GEN 1303	ศาสตร์พระราชา
		GEN 1301	ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่
		GEN 1302	วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้
		GEN 1306	ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น
กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	
GSCI 1101	การคิดและการตัดสินใจ	GEN 1401	การคิดและการตัดสินใจ
GSCI 1102	เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิต		
GSCI 1103	สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้		
GSCI 2102	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน		
GSCI 2201	วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต		
GSCI 2202	อาหารเพื่อสุขภาพ		
GSCI 2203	การเกษตรเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี		
GSCI 2204	วิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย		
		GEN 1402	การรู้ดิจิทัล
		GEN 1403	การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

ตารางเปรียบเทียบคำอธิบายรายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

ตารางเปรียบเทียบ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. 2558 กับ พ.ศ. 2562

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	กลุ่มวิชาภาษา	
GLAN 1101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) Thai for Communication กระบวนการสื่อสารภาษา ทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันอย่างมีวัฒนธรรม ผูกทักษะการรับสารและการส่งสารอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี	GEN 1101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) Thai for Communication ทักษะในการสื่อสารภาษาไทยอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน ความงามงดงามของภาษาในแง่มุมต่าง ๆ และประยุกต์ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ	เปลี่ยนรหัสวิชาและปรับเนื้อหาวิชาให้สอดคล้องกับปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยบูรณาการรายวิชาเดิมร่วมกับรายวิชาสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GLAN 1102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน English for Daily Communication การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐานเพื่อพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียน ในสถานการณ์ต่าง ๆ และทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	GEN 1102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน English for Daily Communication การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐานเพื่อพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียนในสถานการณ์ต่าง ๆ และทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสมรวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	เปลี่ยนรหัสวิชา และแก้ไขคำอธิบายรายวิชาเล็กน้อย เนื้อหาส่วนใหญ่ยังคงเดิม เนื่องจากยังมีความจำเป็นในการพัฒนานักศึกษาในศตวรรษที่ 21 เพื่อพัฒนาสมรรถนะในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
GLAN 1104 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) และทักษะการเรียนรู้ English for Communication and Study Skills การใช้พจนานุกรม ทักษะการเดาความหมายของคำศัพท์ การอ่าน เพื่อหา หัวเรื่อง ใจความหลัก รายละเอียดที่สนับสนุนใจความหลัก การอ่านเพื่อการคิดวิจารณ์ และเพื่อสรุปความโดยใช้กลยุทธ์ในการอ่านและเขียนเชิงวิชาการ รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อพัฒนาและฝึกใช้ทักษะทางวิชาการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	GEN 1103 ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้ 3(3-0-6) English for Learning การอ่านภาษาอังกฤษจากบทอ่านตามสภาพจริงเพื่อการเรียนรู้ การใช้พจนานุกรม การเดาความหมายของคำศัพท์ การประกอบรูปคำ การอ่านเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและคิดวิเคราะห์จากเรื่องที่อ่าน	เปลี่ยนรหัสวิชาและชื่อรายวิชาเพื่อความเหมาะสม ปรับคำอธิบายรายวิชาให้กระชับ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
	GEN 1104 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน Chinese for Daily Communication การพัฒนาทักษะทางภาษาจีนเพื่อการสื่อสารใน ด้านการฟัง พูด อ่านและเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	วิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อเป็นทางเลือก ในการพัฒนาทักษะทาง ภาษาต่างประเทศของนักศึกษา สอดคล้องกับการพัฒนาบัณฑิต ศตวรรษที่ 21
	GEN 1105 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน Korean for Daily Communication การพัฒนาทักษะทางภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร ในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	วิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อเป็นทางเลือก ในการพัฒนาทักษะทาง ภาษาต่างประเทศของนักศึกษา สอดคล้องกับการพัฒนาบัณฑิต ศตวรรษที่ 21

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
	GEN 1106 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน Japanese for Daily Communication การพัฒนาทักษะทางภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารใน ด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	วิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อเป็นทางเลือก ในการพัฒนาทักษะทาง ภาษาต่างประเทศของนักศึกษา สอดคล้องกับการพัฒนาบัณฑิต ศตวรรษที่ 21
	GEN 1107 ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน French for Daily Communication การพัฒนาทักษะทางภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร ในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	วิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อเป็นทางเลือก ในการพัฒนาทักษะทาง ภาษาต่างประเทศของนักศึกษา สอดคล้องกับการพัฒนาบัณฑิต ศตวรรษที่ 21

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
	GEN 1108 ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน Burmese for Daily Communication การพัฒนาทักษะทางภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารใน ด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	วิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อเป็นทางเลือก ในการพัฒนาทักษะทาง ภาษาต่างประเทศของนักศึกษา สอดคล้องกับการพัฒนาบัณฑิต ศตวรรษที่ 21
กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	
GHUM 1101 จิตตปัญญาศึกษา 3(3-0-6) Contemplative Studies การเรียนรู้ด้วยหัวใจที่ใคร่ครวญ ศาสตร์แห่ง นพลักษณ์ การคิดเชิงระบบ การศึกษา เพื่อการเปลี่ยนแปลง อย่างลึกซึ้ง และการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ดังกล่าวไปพัฒนาตน ตลอดจนสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นและสังคม		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วน ไปบูรณาการในรายวิชา ศิลปะการ ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข เพื่อให้ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัด การศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GHUM 1102 ความจริงของชีวิต 3(3-0-6) Philosophy of Life กำเนิดและความหมายของชีวิต อุดมคติของชีวิต และการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาและหลักศาสนา ปัญหาสังคมและกระบวนการแก้ไขปัญหาสังคมตามหลักศาสนาต่าง ๆ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ การดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ชีวิตและสังคมเกิดสันติสุขอย่างยั่งยืน		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาศิลปะ การใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
GHUM 1103 สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต 3(2-3-6) Meditation for Life ความหมาย ความสำคัญ และจุดประสงค์ของการทำสมาธิ ความเข้าใจเรื่องคลื่นสมอง ความรู้เกี่ยวกับลักษณะขั้นตอน ประโยชน์ของฌานและญาณ ความรู้เกี่ยวกับวิปัสสนาเบื้องต้น กระบวนการและขั้นตอนการทำสมาธิ ลักษณะและผลของสมาธิ อาการต่อต้านสมาธิ การนำสมาธิไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน การศึกษาและการทำงาน		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาศิลปะ การใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GHUM 2205 การพัฒนาบุคลิกภาพ 3(3-0-6) Personality Development ความหมาย ความสำคัญ ขอบเขต พัฒนาการ และทฤษฎีบุคลิกภาพ การเป็นผู้นำและสร้างภาวะผู้นำ การพัฒนาทักษะการทำงาน การติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงาน เป็นทีม การดูแลรูปลักษณ์ การแต่งกาย การพัฒนาอารมณ์และจิตใจ การเพิ่มความมั่นใจและความกล้าแสดงออก มารยาทการเข้าสังคม การวิเคราะห์และประเมินตนเอง รวมทั้งวางแผนพัฒนาตนเอง หลักการดำเนินชีวิตและคุณธรรมในสังคมที่หลากหลาย เพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ	GEN 1202 การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาท 3(3-0-6) ทางสังคม Personality and Social Etiquette Development ความหมาย ความสำคัญ ขอบเขต พัฒนาการ และทฤษฎีบุคลิกภาพ การเป็นผู้นำและสร้างภาวะผู้นำ การพัฒนาทักษะการทำงาน การติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานเป็นทีม การดูแลรูปลักษณ์ การแต่งกาย การพัฒนาอารมณ์และจิตใจ การเพิ่มความมั่นใจและความกล้าแสดงออก มารยาทการเข้าสังคม การวิเคราะห์และประเมินตนเอง รวมทั้งวางแผนพัฒนาตนเอง หลักการดำเนินชีวิตและคุณธรรมในสังคมที่หลากหลาย	ปรับชื่อรายวิชาให้สื่อความหมายที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GHUM 2204 สุนทรียภาพของชีวิต 3(3-0-6) Aesthetics of Life ความหมาย ความสำคัญและประเภทของสุนทรียศาสตร์ ความรู้ความเข้าใจ ความซาบซึ้งในสุนทรียภาพทางดนตรี ทัศนศิลป์ และศิลปะการแสดงโดยเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง เพื่อให้เกิดความเจริญงอกงามทางจิตใจซึ่งนำไปสู่คุณค่าและความหมายของความเป็นมนุษย์		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาศิลปะการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
	GEN 1201 ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข 3(3-0-6) Arts of Happy Living การเรียนรู้ และปฏิบัติตามหลักปรัชญาและศาสนาด้วยจิตภาวนา เพื่อความเข้าใจในมนุษย์ สังคม โลก และธรรมชาติ การสร้างสุนทรียะในชีวิต ให้เกิดความสมดุลทั้งด้านกาย ใจ อารมณ์ เพื่อความสงบสุขและสันติภาพอย่างยั่งยืน	รายวิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาของรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยบูรณาการจากรายวิชา ความจริงของชีวิต จิตตปัญญาศึกษา สมาธิเพื่อพัฒนาชีวิต และสุนทรียภาพของชีวิตในหลักสูตรเดิม

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ GSOC 1103 วิถีล้านนา 3(3-0-6) Lanna Ways องค์ความรู้เกี่ยวกับวิถีล้านนาในเชิงบูรณาการ ทั้งด้านสภาพแวดล้อม ประวัติความเป็นมา สังคม วัฒนธรรมและ ภูมิปัญญา ตลอดจนความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมล้านนา ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน	กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วน ไปบูรณาการสร้างรายวิชาความ เป็นราชภัฏเชียงใหม่ ให้สอดคล้อง กับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไป ตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวด วิชาศึกษาทั่วไป
GSOC 1104 วิถีโลก 3(3-0-6) Global Society and Living สภาพการณ์ทั่วไปของสังคมโลกปัจจุบัน บทบาทและอิทธิพลของประเทศมหาอำนาจที่มีต่อโลกและปัญหา ที่เกิดขึ้น ความร่วมมือระหว่างประเทศและองค์การระหว่าง ประเทศที่สำคัญ ปัญหาของโลกในยุคปัจจุบันและแนวทาง การแก้ไขความร่วมมือของกลุ่มประเทศอาเซียน บทบาทและ การปรับตัวของไทยในประชาคมอาเซียน		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วน ไปบูรณาการสร้างรายวิชาความ เป็นราชภัฏเชียงใหม่ ให้สอดคล้อง กับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไป ตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวด วิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSOC 1105 กฎหมายในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) Law in Daily Life ที่มา ความหมาย ความสำคัญของกฎหมาย ตลอดจนสาระสำคัญของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย กฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ว่าด้วยบุคคล นิติกรรม – สัญญา ละเมิด ครอบครัว มรดก กระบวนการยุติธรรมทางแพ่ง ศึกษาถึง กฎหมายอาญา กระบวนการยุติธรรมทางอาญา ตลอดจนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม กฎหมายจราจร กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิมนุษยชน		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาความ เป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
GSOC 1106 การเมืองการปกครองไทย 3(3-0-6) Thai Politics and Government ความหมายและความสำคัญของการเมือง และการปกครอง วิวัฒนาการของการเมืองการปกครองไทย โครงสร้างและกระบวนการของระบบการเมืองการปกครองไทย สมัยใหม่ และแนวโน้มของการเมืองการปกครองไทย		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาความ เป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSOC 1107 การป้องกันและต่อต้านการทุจริต 3(3-0-6) Preventing and Resisting Corruption ความหมายของการทุจริต ประเภท รูปแบบ ปัจจัยและผลกระทบที่เกิดจากการทุจริต กฎหมายและหลักธรรมาภิบาลที่ก่อให้เกิดเจตคติและจิตสำนึกความเป็นพลเมืองดีในการป้องกันและต่อต้านการทุจริต	GEN 1304 การป้องกันและต่อต้านการทุจริต 3(3-0-6) Preventing and Resisting Corruption โครงสร้างสังคมและระบบการเมืองการปกครองไทย กฎหมายรัฐธรรมนูญและกฎหมายในชีวิตประจำวันที่น่าสนใจ การทุจริตในสังคมไทย ความหมายของการทุจริต ประเภท รูปแบบ ปัจจัยและผลกระทบที่เกิดจากการทุจริต กฎหมายและหลักธรรมาภิบาลที่ก่อให้เกิดเจตคติ และจิตสำนึกความเป็นพลเมืองดี การสร้างสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต	ปรับรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนจากรายวิชาการเมืองการปกครองไทย และกฎหมายในชีวิตประจำวันมาบูรณาการสร้างรายวิชาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และเป็นไปตามความร่วมมือการสร้างรายวิชาร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏ สำนักงาน ปปช. และ UNDP

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSOC 2201 สังคมไทยกับหลักปรัชญา 3(3-0-6) เศรษฐกิจพอเพียง Thai Society and Sufficiency Economy Philosophy ภูมิหลังและสภาพทั่วไปของสังคมไทยผ่านองค์ประกอบและโครงสร้างของชุมชน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมและประเพณีไทย การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม กระบวนการทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา แนวคิดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ความแตกต่างและความหลากหลายของกลุ่มคนในสังคม เพื่อการดำรงชีวิตอย่างสันติสุข		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาศาสตร์พระราชา ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSOC 2202 มนุษย์กับสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน 3(3-0-6) Man and Sustainable Environment ความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมโลก ความเข้าใจถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ผลกระทบ วิธีการแก้ไข และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมในทุกระดับ การประเมินสถานการณ์ปัญหาสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติธรรมชาติในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคอาเซียน		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาศาสตร์พระราชา ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSOC 2203 มนุษย์กับเศรษฐกิจ 3(3-0-6) Man and Economy ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับเศรษฐกิจ ศึกษาถึงรูปแบบของระบบเศรษฐกิจในสังคม ลักษณะการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจระดับครัวเรือน ระดับชุมชน การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ การศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ การศึกษาการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของภาครัฐบาล การศึกษาถึงบทบาทของภาคเอกชนในระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนการศึกษาถึงรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืนของมนุษย์		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSOC 2204 ความรู้เบื้องต้นในการประกอบ 3(3-0-6) ธุรกิจ Fundamental Knowledge of Business Practices ความหมายและบทบาทของธุรกิจ ประเภทของ ธุรกิจ รูปแบบองค์กรธุรกิจต่าง ๆ องค์ประกอบที่ใช้ในการ ประกอบธุรกิจ ด้านการจัดการ การบัญชี การเงิน การตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารสำนักงาน เอกสาร ทางธุรกิจ ตลอดจนจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อเป็นพื้นฐานใน การประกอบธุรกิจ	GEN 1305 โลกแห่งธุรกิจ 3(3-0-6) World of Business เปิดโลกธุรกิจให้เห็นถึงแนวโน้มธุรกิจตาม กระแสโลก สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แรงบันดาลใจในการทำ ธุรกิจ กลไกทางเศรษฐกิจ สถานการณ์เศรษฐกิจของไทยและ ของโลก วิธีการจัดการธุรกิจ การบริหารพนักงาน ธุรกิจดิจิทัล การวางแผนและควบคุมกำไร โดยศึกษาจากธุรกิจที่น่าสนใจ	ปรับปรุงรายวิชาเพื่อให้สอดคล้อง กับปรัชญาของรายวิชา หมวดวิชา ศึกษาทั่วไป โดยบูรณาการจาก รายวิชา มนุษย์กับเศรษฐกิจ ความรู้ เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจ ใน หลักสูตรเดิมเข้าด้วยกัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSOC 2205 ศาสตร์พระราชา 3(3-0-6) King's Philosophy พระราชประวัติ การศึกษาและประสบการณ์ ซึ่งเป็นที่มาของศาสตร์พระราชา ความหมายของศาสตร์พระราชา การจัดแบ่งประเภทหรือหมวดหมู่ของศาสตร์พระราชา ด้านการศึกษา การแพทย์ สาธารณสุข การพัฒนาการเกษตร การพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และชีวิตวัฒนธรรม การวิจัยและนวัตกรรม โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ หลักการทรงงาน ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ โครงการหลวง บทสรุปของการอนุรักษ์และพัฒนา เพื่อการพัฒนาคนให้อยู่ร่วมกับสรรพสิ่งได้อย่างเป็นสุขและยั่งยืน	GEN 1303 ศาสตร์พระราชา 3(3-0-6) King's Philosophy พระราชประวัติ การศึกษาและประสบการณ์ ซึ่ง เป็นที่มาของศาสตร์พระราชา ความหมายของศาสตร์พระราชา การจัดแบ่งประเภทหรือหมวดหมู่ของศาสตร์พระราชา ด้านการศึกษา การแพทย์ สาธารณสุข การพัฒนาการเกษตร การพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และชีวิตวัฒนธรรม การวิจัยและนวัตกรรม โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ หลักการทรงงาน ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ โครงการหลวง บทสรุปของการอนุรักษ์และพัฒนา เพื่อการพัฒนาคนให้อยู่ร่วมกับสรรพสิ่งได้อย่างเป็นสุขและยั่งยืน	คงรายวิชาเดิม แต่เปลี่ยนรหัสวิชา เนื่องจากยังคงมีความสำคัญ สำหรับการพัฒนานักศึกษาและ สังคมไทยปัจจุบัน โดยเฉพาะเป็นไป ตามพระราชโองบายที่ต้องการให้สืบ สานงานของพระบาทสมเด็จพระ เจ้าอยู่หัว รัชการที่ 9

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
	GEN 1301 ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่ 3(3-0-6) Chiang Mai Rajabhat Identity วิธีล่านนา ราชภัฏเชียงใหม่ภายใต้วิธีล่านนา ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อัตลักษณ์ของ ราชภัฏเชียงใหม่ การปลูกฝังความสำนึกการเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ความภาคภูมิใจของการเป็น มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์และสำนึกในความเป็นไทย การเสริมสร้าง คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่	วิชาใหม่ ที่ แส ด ง อ อ ก ถึง อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและ ความเป็นล่านนา และสอดคล้องกับ ปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชา ศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
	GEN 1306 ความเป็นพลเมือง 3(3-0-6) กับการพัฒนาท้องถิ่น Citizenship and Local Development การพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้โดยเน้นการทำ กิจกรรม (Active Learning) ให้เป็นพลเมืองที่ตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ของความเป็นพลเมืองตามหลักประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาค และคุณลักษณะที่ดีของความเป็นพลเมือง การ เสริมสร้างจิตสาธารณะ ความรับผิดชอบต่อสังคม จิตอาสากับการ มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การปฏิบัติการเรียนรู้ชุมชน ภาคสนาม การจัดทำโครงการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น	รายวิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อให้ สอดคล้องกับปรัชญาของรายวิชา หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์	
GSCI 1101 การคิดและการตัดสินใจ 3(3-0-6) Thinking and Decision Making หลักการและกระบวนการคิดของมนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้หลักตรรกะ การใช้เหตุผล การคิดเชิงตัวเลข กระบวนการตัดสินใจ ทฤษฎีการตัดสินใจ กำหนดการแข่งขันและร้อยละในชีวิตประจำวัน เพื่อสามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างถูกต้อง	GEN 1401 การคิดและการตัดสินใจ 3(3-0-6) Thinking and Decision Making หลักการและกระบวนการคิดของมนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้หลักตรรกะ การใช้เหตุผล การคิดเชิงตัวเลข กระบวนการตัดสินใจ ทฤษฎีการตัดสินใจเพื่อสามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างถูกต้อง	ปรับเนื้อหาวิชาโดยตัดสาระทฤษฎีที่เน้นการใช้คณิตศาสตร์เป็นหลัก เปลี่ยนเป็นเน้นฝึกกระบวนการคิดในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เรียนคิดเป็น และมีเหตุ มีผล เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSCI 1102 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิต 3(3-0-6) Information Technology for Life หลักการ ความสำคัญ องค์ประกอบของระบบสารสนเทศ ประเภทข้อมูลแหล่งที่มาของสารสนเทศ ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต ความเกี่ยวข้องของสารสนเทศในการใช้ชีวิตประจำวัน พาณิชนัยอิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการฐานความรู้และการสร้างสารสนเทศ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ จริยธรรมและกฎหมายทางคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต ความปลอดภัยบนคอมพิวเตอร์และการยศาสตร์		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาการรู้ดิจิทัล และรายวิชาการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
GSCI 1103 สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ 3(3-0-6) Information for Learning ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสาร ทักษะการรู้สารสนเทศ วิธีการสืบค้นสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศที่หลากหลาย การวิเคราะห์เนื้อหา การประเมินคุณค่าของสารสนเทศ และการรู้เท่าทันสื่อ การอ้างอิงและการเขียนบรรณานุกรมที่ถูกต้อง กฎหมายที่เกี่ยวข้องและจริยธรรมในการใช้สารสนเทศ		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการในรายวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร และรายวิชาการรู้ดิจิทัล เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSCI 2102 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน Science and Technology in Daily Life ความสำคัญของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พัฒนาการของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีชีวภาพ ตลอดจนการจัดการสิ่งแวดล้อมใน ชีวิตประจำวัน การใช้สารเคมีและความรู้เกี่ยวกับพิษภัยใน ชีวิตประจำวัน เทคโนโลยีอุตสาหกรรมในท้องถิ่น สังคมและโลก		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วน ไปบูรณาการสร้างรายวิชาการรู้ ดิจิทัล และรายวิชาการดูแลสุขภาพ แบบองค์รวม ให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไป ตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวด วิชาศึกษาทั่วไป
GSCI 2201 วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต 3(3-0-6) Science for Quality of Life ความหมายและความสำคัญของวิทยาศาสตร์กับ การเสริมสร้างคุณภาพชีวิต การประเมินคุณภาพชีวิต เทคนิคการ พัฒนาคุณภาพชีวิต สุขภาพและปัจจัยกำหนดสุขภาพ การดูแล สุขภาพส่วนบุคคลและชุมชน การพัฒนาอนามัยเจริญพันธุ์ เพศศึกษาและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ สุขอนามัยในบ้านพักอาศัย การสุขาภิบาลที่อยู่อาศัย การปรับปรุงที่อยู่อาศัย การเลือกใช้เสื้อผ้า และเครื่องนุ่งห่ม การดูแลรักษาเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วน ไปบูรณาการสร้างรายวิชาการดูแล สุขภาพแบบองค์รวม ให้สอดคล้อง กับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไป ตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวด วิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSCI 2202 อาหารเพื่อสุขภาพ 3(3-0-6) Food for Health ความสัมพันธ์ของอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารและโภชนาการสำหรับบุคคลในวัยต่าง ๆ อาหารบำบัดโรคหรือโภชนาบำบัด อาหารและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้าน การเลือกบริโภคอาหารและการอ่านฉลาก โภชนาการ โรคและอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารไม่ปลอดภัย อาหารล้างพิษ อาหารชะลอความชราและต้านอนุมูลอิสระ และการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิทยาศาสตร์ทั่วไป
GSCI 2203 การเกษตรเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี 3(3-0-6) Agriculture for Quality of Life ความสำคัญของการเกษตรกับการดำรงชีวิตของมนุษยชาติ การเกษตรเพื่อพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน การปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์แบบเกษตรปลอดภัย การบูรณาการเกษตรกับศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การปลูกพืชสมุนไพรในครัวเรือน พรรณไม้ดอกไม้ประดับและการจัดตกแต่ง ภูมิทัศน์เพื่อเสริมสร้างสุขภาวะที่ดีทั้งด้านร่างกายและจิตใจ		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิทยาศาสตร์ทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
GSCI 2204 วิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย 3(3-0-6) Exercise Science ความสำคัญและหลักการทางวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย การเลือกกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ การจัดโปรแกรมฝึกการออกกำลังกายให้เหมาะสม การตรวจสอบสุขภาพทางกาย การทดสอบและการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย การป้องกันและดูแลอาการบาดเจ็บจากการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา โภชนาการกับการออกกำลังกาย และผลการออกกำลังกาย		ตัดรายวิชา โดยนำเนื้อหาบางส่วนไปบูรณาการสร้างรายวิชาการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามปรัชญาการจัดการศึกษาหมวดวิทยาศาสตร์ศึกษาทั่วไป
	GEN 1402 การรู้ดิจิทัล 3(3-0-6) Digital Literacy แนวคิดเกี่ยวกับการใช้งานดิจิทัล สิทธิและความรับผิดชอบ ความสามารถในการค้นหาและเลือกข้อมูล การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การรู้สารสนเทศ ความรู้ความเข้าใจและการเข้าถึงสื่อดิจิทัล ความปลอดภัยทางอิเล็กทรอนิกส์ แนวปฏิบัติในสังคมดิจิทัล และกฎหมายดิจิทัล	รายวิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาของรายวิชา หมวดวิทยาศาสตร์ศึกษาทั่วไป โดยบูรณาการจากรายวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อชีวิตสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน และการคิดและการตัดสินใจในหลักสูตรเดิม

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	เหตุผล
	GEN 1403 การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม 3(3-0-6) Holistic Health Care การดูแลสุขภาพที่ให้ความสำคัญในความเป็นองค์รวมของทุกมิติ อันได้แก่ ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และจิตวิญญาณ ให้มีความสัมพันธ์กันอย่างสมดุลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการมีสุขภาพที่ดี ความหมายและความสำคัญของสุขภาพ อนามัยส่วนบุคคล การดูแลสุขภาพระดับครอบครัว และชุมชน การดูแลสุขภาพกายและใจ การออกกำลังกาย การเลือกกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ การจัดโปรแกรมฝึกการออกกำลังกายให้เหมาะสม การตรวจสอบสุขภาพทางกาย โภชนาการกับการออกกำลังกาย อาหารและโภชนาการสำหรับบุคคลในวัยต่าง ๆ โรคและอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารไม่ปลอดภัย	รายวิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาของรายวิชาหมวดศึกษาศาสตร์ทั่วไป โดยบูรณาการจากรายวิชา วิทยาศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต วิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย และอาหารเพื่อสุขภาพ ในหลักสูตรเดิม

ตารางเปรียบเทียบคำอธิบายรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ
ระหว่างหลักสูตร พ.ศ. 2558 และหลักสูตร พ.ศ. 2563

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	
กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ			
ACC 1104	การบัญชีการเงิน		
		ACC 1105	การบัญชีเบื้องต้นและภาษีอากร
BCOM 1601	หลักเบื้องต้นเกี่ยวกับระบบ สารสนเทศทางธุรกิจ		
BCOM 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมทางธุรกิจ 1	DIGI 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสาร ทางธุรกิจ
ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น
ENG 1501	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	ย้ายไปกลุ่มวิชาชีพเลือก	
ENG 1502	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	ย้ายไปกลุ่มวิชาชีพเลือก	
FB 1101	การเงินธุรกิจ	FB 1101	การเงินธุรกิจ
HRM 1101	บริหารทรัพยากรมนุษย์	HRM 1101	การบริหารทรัพยากรมนุษย์
LA 1604	กฎหมายธุรกิจ	LB 1604	กฎหมายธุรกิจ
MGT 1101	องค์การและการจัดการ	MGT 1101	องค์การและการจัดการ
MGT 2103	การบริหารการผลิตและการ การค้าเป็นงาน	MGT 2103	การบริหารการผลิตและการ ดำเนินงาน
MGT 4101	จริยธรรมทางธุรกิจ	MGT 4101	จริยธรรมทางธุรกิจ
MK 1101	หลักการตลาด	MK 1101	หลักการตลาด
STAT 2404	สถิติธุรกิจ	STAT 2404	สถิติธุรกิจ
กลุ่มวิชาชีพบังคับ			
MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย	MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และโลจิสติกส์ทางการตลาด
MK 2107	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	MK 2107	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา
MK 2108	การสื่อสารการตลาด	MK 2108	การสื่อสารการตลาด
MK 2109	พฤติกรรมผู้บริโภค	MK 1102	พฤติกรรมผู้บริโภค

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	
		MK 2204	การสื่อสารภาษาอังกฤษ สำหรับนักการตลาด
MK 3304	การจัดการการขาย	ย้ายไปกลุ่มวิชาชีพเลือก	
MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์
MK 3310	การวางแผนการตลาด	MK 3310	การวางแผนการตลาด
MK 3212	การตลาดดิจิทัล	MK 3212	การตลาดดิจิทัล
MK 4305	การตลาดระหว่างประเทศ	ย้ายไปกลุ่มวิชาชีพเลือก	
MK 4306	นวัตกรรมทางการตลาด	MK 3311	นวัตกรรมทางการตลาด เชิงสร้างสรรค์
MK 4901	การวิจัยการตลาด	MK 4901	การวิจัยการตลาด
MK 4902	สัมมนาทางการตลาด	MK 4902	สัมมนาทางการตลาด
กลุ่มวิชาชีพเลือก			
MK 2201	การตลาดทางตรง		
MK 2202	การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด		
ENG 1501	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	ENG 1501	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1
ENG 1502	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	ENG 1502	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2
MK 3204	การจัดการค้าส่งและค้าปลีก	MK 3204	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่
MK 3208	การตลาดบริการ	MK 3208	การตลาดบริการ
MK 3210	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	MK 3210	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
MK 3211	การตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	MK 3211	การตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
MK 3303	การจัดการตราสินค้า	MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์
MK 3305	การจัดการโลจิสติกส์ทางการตลาด		
MK 3304	การจัดการขาย	MK 3304	การจัดการการขาย
MK 4305	การตลาดระหว่างประเทศ	MK 4305	การตลาดระหว่างประเทศ
MK 3306	การตลาดธุรกิจสุขภาพ		
MK 3307	การตลาดเชิงสร้างสรรค์		
MK 3308	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	MK 3308	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
MK 4307	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ	MK 4307	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	
	ทางการตลาด		ทางการตลาด
		MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่
MK 4601	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	MK 4401	ระบบสารสนเทศทางการตลาด
MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด	MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด
กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ			
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ทางการตลาด	MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ทางการตลาด
MK 4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ทางการตลาด	MK 4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ทางการตลาด
COOP 3801	เตรียมสหกิจศึกษา	COOP 3801	เตรียมสหกิจศึกษา
COOP 4801	สหกิจศึกษา	COOP 4801	สหกิจศึกษา

ตารางเปรียบเทียบคำอธิบายรายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หมวดวิชาเฉพาะ
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 กับ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
ACC 1104 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6) Financial Accounting ความหมาย วัตถุประสงค์ของการบัญชี แม่บทการบัญชี และการนำเสนอรายงานทางการเงิน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี หลักการบันทึกบัญชีตามระบบบัญชีคู่ กระบวนการทางการบัญชีสำหรับกิจการให้บริการ กิจการพาณิชยกรรม และกิจการอุตสาหกรรม		ตัดรายวิชาโดยนำเนื้อหาความรู้บูรณาการกับรายวิชาความรู้เบื้องต้นการบัญชีและภาษีอากร (ACC 1105)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
	ACC 1105 การบัญชีเบื้องต้นและภาษีอากร 3(3-0-6) Introduction of Accounting and Taxation ความหมาย วัตถุประสงค์ของการบัญชี ประโยชน์ ข้อมูลทางการบัญชี หลักการบัญชีคู่ การบันทึกรายการในสมุด รายวันทั่วไป บัญชีแยกประเภท การปรับปรุงรายการและปิดบัญชี เมื่อสิ้นงวด การจัดทำงบทดลอง การจัดทำกระดาษทำการ การ จัดทำงบการเงิน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีอากรธุรกิจ ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีหัก ณ ที่จ่าย ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รหัสวิชา ACC 1102 หลักการ บัญชี และ ภาษีอากรใน หลักสูตร 2553 ซึ่งได้ทำการ ปรับปรุงชื่อรายวิชาให้ชัดเจน เข้าใจง่าย และเนื้อหาใน รายวิชาให้ทันสมัยและเพิ่ม เนื้อหาทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
BCOM 1601 หลักเบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางธุรกิจ Principles of Business Information Systems ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ บทบาทและองค์ประกอบของระบบสารสนเทศในองค์กร รูปแบบและโครงสร้างระบบสารสนเทศ ระบบสารสนเทศย่อยทางธุรกิจ การเข้าถึงระบบสารสนเทศ การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อบริหารงาน การสื่อสารข้อมูลในระบบสารสนเทศ และระบบเครือข่ายกลยุทธการนำระบบสารสนเทศเพื่อใช้ปรับเปลี่ยนองค์กรและการพัฒนาระบบสารสนเทศ การบริหารทรัพยากรสารสนเทศทั้งทางฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์		เนื่องจากรายวิชาเดิมเน้นภาคทฤษฎี แต่ทักษะคอมพิวเตอร์สำหรับนักศึกษาบริหารธุรกิจ ควรปรับให้เน้นภาคปฏิบัติมากขึ้น คือรายวิชา DIGI 1201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
BCOM 1201 การประยุกต์ใช้โปรแกรม 3(2-2-5) ทางธุรกิจ 1 Fundamental for Business Computer Application ฝึกทักษะการใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่องานทางธุรกิจ และสามารถนำโปรแกรมสำเร็จรูปในการประยุกต์ใช้ในงานธุรกิจได้ สามารถใช้โปรแกรมจัดการงานเอกสารในสำนักงาน การใช้โปรแกรมนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ การใช้โปรแกรมตารางคำนวณ การใช้โปรแกรมจัดการระบบฐานข้อมูล และสามารถนำความรู้และทักษะในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานทางธุรกิจไปใช้ในการทำงานในชีวิตจริงได้	DIGI 1201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3(2-2-5) เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ Application of Computer Programs for Business Documents โปรแกรมประมวลผลคำ การสร้างรูปแบบหนังสือราชการ บันทึกข้อความ จดหมายธุรกิจ จดหมายเวียน ปฏิบัติการพิมพ์เอกสารตามรูปแบบ การประยุกต์สร้างชิ้นงานเอกสาร การเริ่มใช้โปรแกรมสเปรดชีต ส่วนประกอบของโปรแกรมสเปรดชีต การป้อนและการจัดรูปแบบข้อมูล การสร้างสูตรและการใช้ฟังก์ชันในการคำนวณ การปรับแก้ข้อมูล การจัดการข้อมูลในตารางงาน การเชื่อมโยงระหว่างเอกสาร การออกแบบรายงานในรูปแบบข้อความและแผนภูมิ การเริ่มต้นใช้โปรแกรมนำเสนอ หลักการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประยุกต์ใช้โปรแกรมนำเสนอเพื่อการผลิตสื่อ	ปรับวิชาโดยเน้นการฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้านบริหารธุรกิจ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น Introduction to Economics เป็นรายวิชาในหลักสูตรเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตที่เปิดสอนให้หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ และอุปทานสินค้า ความยืดหยุ่น การผลิตและต้นทุนการผลิต ลักษณะตลาดสินค้าที่มีการแข่งขันสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ การคำนวณผลิตภัณฑ์มวลรวม การเงิน การธนาคาร การคลัง การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศและ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงแนวคิดของการพัฒนา เศรษฐกิจ	3(3-0-6)	ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น Introduction to Economics แนวคิดเกี่ยวกับหลักทางเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ อุปทาน และดุลยภาพ ความยืดหยุ่น การผลิตและต้นทุนการผลิต โครงสร้างและพฤติกรรมตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์และไม่ สมบูรณ์ การคำนวณผลิตภัณฑ์มวลรวม การเงิน การธนาคาร และ นโยบายการเงิน การภาษีอากรและการรักษาเสถียรภาพทาง เศรษฐกิจ การค้าและการเงินระหว่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนา เศรษฐกิจและยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศไทย	3(3-0-6)	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มเนื้อหาวิชาให้มี รายละเอียดและทันสมัยมาก ขึ้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
FB 1101	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)	FB 1101	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชา เนื้อหาเพิ่มการวิเคราะห์ค่าเงิน ตามเวลา
ขอบเขต ลักษณะบทบาทและหน้าที่ของฝ่าย การเงินในธุรกิจ ตลอดจนเป้าหมายและความสำคัญของการเงิน ธุรกิจ โดยเน้นแนวคิดพื้นฐานทางการเงิน การวิเคราะห์ฐานะ ทางการเงิน การวางแผนทางการเงิน หลักการและแนวทางใน การจัดหาเงินทุนจากตลาดทุนและตลาดเงินทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศ การบริหารสินทรัพย์หมุนเวียน รวมทั้งศึกษา การวางแผนการเงินที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาโครงการลงทุน การเริ่มลงทุนกิจการ การขยายกิจการ การเพิ่มทุน นโยบาย การจัดสรรกำไรและเงินปันผล			ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของฝ่าย การเงินในธุรกิจ ตลอดจนเป้าหมายและความสำคัญของการเงิน ธุรกิจ หลักการเบื้องต้นในการวางแผนและควบคุมทางการเงิน การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน การวิเคราะห์ค่าเงินตามเวลา หลักการวิเคราะห์ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทน การจัดหา เงินทุนจากตลาดทุนและตลาดเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดสรรเงินทุน การพิจารณาโครงการลงทุน การเริ่มลงทุน กิจการ การขยายกิจการ การเพิ่มทุน นโยบายการจัดสรรกำไรและ เงินปันผล			

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
HRM 1101	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6) Human Resource Management ความเป็นมาและหลักการในการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ ขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบและปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาการคัดเลือก การพัฒนาการฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การจ่าย ผลตอบแทน แรงงานสัมพันธ์ ตลอดจนการนำระบบสารสนเทศ มาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์		HRM 1101	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6) Human Resource Management ความเป็นมาและหลักการในการบริหารทรัพยากร มนุษย์ ขอบข่ายหน้าที่ ความรับผิดชอบ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผน ทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาการฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การจ่ายผลตอบแทน แรงงาน สัมพันธ์ ตลอดจนการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์		ไม่มีการเปลี่ยนแปลง
LB 1604	กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6) Business Law หลักกฎหมายทั่วไป นิติกรรม หัน เอกเทศสัญญา สัญญาซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้เช่าทรัพย์สิน เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำของ การประกันบุคคลด้วยทรัพย์สิน ห้างหุ้นส่วน บริษัท บริษัทมหาชน จำกัด กฎหมายแรงงาน กฎหมายป้องกัน การผูกขาด กฎหมายว่าด้วยตลาดหลักทรัพย์ กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภค กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา		LB 1604	กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6) Business Law หลักกฎหมายทั่วไป นิติกรรม หัน เอกเทศสัญญา สัญญาซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้เช่าทรัพย์สิน เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำ ของ การประกันบุคคลด้วยทรัพย์สิน ห้างหุ้นส่วน บริษัท บริษัทมหาชน จำกัด กฎหมายแรงงาน ตัวเงิน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค		1. มีการปรับรหัสวิชา 2. ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ เหมาะสม และสอดคล้องกับ เนื้อหา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MGT 1101	องค์การและการจัดการ Organization and Management	3(3-0-6)	MGT 1101	องค์การและการจัดการ Organization and Management	3(3-0-6)	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับ ทฤษฎีองค์การ เพื่อเป็น พื้นฐานในการเรียนและสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการ ภายในองค์การ
ความหมาย วัตถุประสงค์ และประเภทของ องค์การ หลักเกณฑ์และแนวคิดในการจัดตั้งองค์การธุรกิจ ผู้บริหารและทักษะการจัดการ ศาสตร์และศิลป์ในการจัดการ หลักการจัดการและกระบวนการจัดการที่สำคัญ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ การจูงใจ และการควบคุมการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายและนโยบายที่ตั้งไว้			ความหมาย วัตถุประสงค์ ประเภทขององค์การ แนวคิดทฤษฎีองค์การ หลักเกณฑ์และแนวคิดในการจัดตั้ง องค์การธุรกิจ ผู้บริหารและทักษะการจัดการ ศาสตร์และศิลป์ใน การจัดการ หลักการจัดการและกระบวนการจัดการที่สำคัญ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ การจูงใจ และการควบคุมการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้ บรรลุตามเป้าหมายและนโยบายที่ตั้งไว้			

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MGT 2103	การบริหารการผลิต และการดำเนินงาน Production and Operations Management ลักษณะและความสำคัญของการผลิต ระบบการผลิต การจัดการเพื่อการผลิต การพยากรณ์การผลิต การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนกระบวนการผลิต การเลือกที่ตั้ง ระบบการจัดซื้อ ระบบการควบคุมสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพและปริมาณ การบริหารโครงการ ระบบการบำรุงรักษา และความปลอดภัยในการดำเนินงาน	3(3-0-6)	MGT 2103	การบริหารการผลิต และการดำเนินงาน Production and Operations Management ลักษณะและความสำคัญของการผลิต ระบบการผลิต การจัดการเพื่อการผลิต การพยากรณ์การผลิต การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนกระบวนการผลิต การเลือกที่ตั้ง ระบบการจัดซื้อ ระบบการควบคุมสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพและปริมาณ การบริหารโครงการ ระบบการบำรุงรักษา และความปลอดภัยในการดำเนินงาน	3(3-0-6)	ไม่มีการเปลี่ยนแปลง
MGT 4101	จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics แนวคิดและที่มาของจริยธรรม และเหตุผลที่ธุรกิจต้องมีจริยธรรม รวมทั้งการสร้างจริยธรรม ในองค์กรธุรกิจ เน้นจริยธรรมของผู้บริหารและจริยธรรมของพนักงาน ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กรณีตัวอย่างประกอบ	3(3-0-6)	MGT 4101	จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics แนวคิดและที่มาของจริยธรรม จริยธรรมทางธุรกิจ การสร้างและพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจ บรรษัทภิบาล ปัญหาการทุจริตในองค์กร การจริยธรรมของผู้บริหารและพนักงาน จริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้บริโภค ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)	ปรับคำอธิบายรายวิชาเพิ่มเติมเพื่อให้มีความชัดเจนในการศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ โดยเพิ่มเติมนายละเอียดที่สำคัญ ได้แก่ บรรษัทภิบาล ปัญหาการทุจริตในองค์กรและจริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้บริโภค

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 1101	หลักการตลาด Principles of Marketing แนวคิดและปรัชญาทางการตลาด ขอบเขตและ กระบวนการทางการตลาด ระบบตลาดและสภาพแวดล้อม ทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยตลาด การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดผู้บริโภคและตลาด ธุรกิจ การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการ กำหนดตำแหน่งการแข่งขันทางการตลาด กลยุทธ์สร้างสรรค์ใน ส่วนประสมทางการตลาด การขยายตลาดและการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ การตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม และ จรรยาบรรณทางการตลาด	3(3-0-6)	MK 1101	หลักการตลาด Principles of Marketing ความหมาย บทบาทและความสำคัญของการตลาด แนวคิดพื้นฐานทางการตลาด สิ่งแวดล้อมทางการตลาด หน้าที่ทาง การตลาด แรงจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบบสารสนเทศทางการตลาด การนำเทคโนโลยี สมัยใหม่มาประยุกต์ใช้งานด้านการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การ เลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสม ทางการตลาด การวิจัยการตลาดเบื้องต้น การตลาดเพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม และจริยธรรมทางการตลาด	3(3-0-6)	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มา ประยุกต์ใช้ในงานด้าน การตลาด และแนวคิดการวิจัย ตลาดเบื้องต้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
STAT 2404 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6) Business Statistics ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถิติและการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เชิงธุรกิจ ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง การประมาณค่า การทดสอบสมมุติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการถดถอยอนุกรมเวลาเลขดัชนี	STAT 2404 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6) Business Statistics ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถิติและเทคนิคเชิงปริมาณที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม ประชากรและการเลือกตัวอย่าง การประมาณค่า การทดสอบสมมุติฐาน การสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการถดถอย อนุกรมเวลา การพยากรณ์และการตัดสินใจทางธุรกิจ รวมถึงแนวทางการใช้และแปลผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมประยุกต์ทางสถิติ	1. เพื่อให้คำอธิบายรายวิชาสอดคล้องกับมหาวิทยาลัยอื่นโดยพิจารณาเปรียบเทียบกับคำอธิบายรายวิชากับมหาวิทยาลัยอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ 2. เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาทักษะศตวรรษที่ 21 ให้กับผู้เรียน จึงได้เพิ่มเติมเนื้อหา “แนวทางการใช้และแปลผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมประยุกต์ทางสถิติ” 3. เพื่อให้ขอบเขตเนื้อหาในคำอธิบายรายวิชาเหมาะสมกับเวลาตามหน่วยกิตในการจัดการเรียนการสอน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563		เหตุผล
กลุ่มวิชาชีพบังคับ					
MK 2109	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด บทบาท ความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของ ผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคและ การประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)	MK 1102	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behaviors บทบาท ความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของ ผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคและการ ประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด	เปลี่ยนรหัสวิชา เพื่อให้ สอดคล้องกับการจัดรายวิชา สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ ยกเลิกรายวิชาบังคับก่อนออก เพื่อการบริหารรายวิชาในแผน การเรียนสามารถทำได้อย่าง คล่องตัวและเนื้อหาของ รายวิชานี้ได้พัฒนาให้มีความ สมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 2104	การจัดการช่องทาง การจัดจำหน่าย Marketing Channel Management รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด บทบาท ความสำคัญและลักษณะของการจัดการ ช่องทางการจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่าย การเคลื่อนย้าย ผลิตภัณฑ์ ลักษณะและวิธีการดำเนินงานของสถาบันและธุรกิจ ประเภทต่าง ๆ การกระตุ้น การควบคุม การประเมินผลและ การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในระบบการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)	MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 3(3-0-6) และโลจิสติกส์ทางการตลาด Channels and Marketing Logistics Management แนวคิดเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย การเลือก ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการบริหารคนกลางในช่องทาง การจัดจำหน่าย การสรรหา การคัดเลือก การกระตุ้น การส่งเสริม การควบคุม และการประเมินคนกลางที่อยู่ในระบบการจัด จำหน่าย การวางแผนและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การ จัดการกระจายสินค้าทั้งระบบด้วยโลจิสติกส์		เปลี่ยนชื่อวิชา และ ปรับ คำอธิบายรายวิชาให้ทันสมัย ขึ้น กระชับและเหมาะสมต่อ การนำไปประยุกต์ใช้มากยิ่งขึ้น และยกเลิกรายวิชาบังคับก่อน ออกเพื่อการบริหารรายวิชาใน แผน การเรียนสามารถทำได้ อย่างคล่องตัวและเนื้อหาของ รายวิชานี้ได้พัฒนาให้มีความ สมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 2107 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6) Product and Pricing Management รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความหมาย แนวคิดการจัดการผลิตภัณฑ์ การวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการสาย ผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริหารราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจด้านราคา หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคา กลยุทธ์การ กำหนดราคา วิธีการกำหนดราคาในรูปแบบต่าง ๆ และ จรรยาบรรณในการกำหนดราคา	MK 2107 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6) Product and Pricing Management แนวคิดการจัดการผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ การวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การจัดการ สายผลิตภัณฑ์ การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ การจัดการตราสินค้า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริหารราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านราคา หลักเกณฑ์ใน การกำหนดราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคา ในรูปแบบต่าง ๆ	ปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัย กระชับ และยกเลิกรายวิชา บังคับก่อนออกเพื่อการบริหาร รายวิชาในแผน การเรียน สามารถทำได้อย่างคล่องตัว และเนื้อหาของรายวิชานี้ได้ พัฒนาให้มีความสมบูรณ์ใน ตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 2108	การสื่อสารการตลาด Marketing Communication รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความรู้เบื้องต้นและบทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในกระบวนการการสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสาร การตลาด เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด การวัดและ ประเมินผลการสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)	MK 2108	การสื่อสารการตลาด Marketing Communication ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารการตลาด บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการการสื่อสารการตลาด กระบวนการวางแผนการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสาร ทางการตลาด กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การตลาดโดยใช้ เนื้อหา การวัดและประเมินผลการสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้ เหมาะสม กระชับ ทันสมัยและ ครอบคลุมเครื่องมือที่ใช้ในการ สื่อสารอย่างครบวงจร เพื่อให้ เกิดประสิทธิภาพในการดำเนิน ธุรกิจมากยิ่งขึ้น และยกเลิก รายวิชาบังคับก่อนออกเพื่อ การบริหารรายวิชาในแผน การเรียนสามารถทำได้อย่าง คล่องตัวและเนื้อหาของ รายวิชานี้ได้พัฒนาให้มีความ สมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 2201 การตลาดทางตรง 3(3-0-6) Direct Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด แนวคิด บทบาทและความสำคัญของการตลาด ทางตรงที่มีต่อการดำเนินงานด้านการตลาดเครื่องมือการตลาด ทางตรง กลยุทธ์และยุทธวิธีในการดำเนินงานด้านการตลาด ทางตรง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการบริหารลูกค้า เชิงประสบการณ์		ตัดออก และไปเพิ่มเนื้อหาใน รายวิชาการสื่อสารการตลาด และการตลาดดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 2202 การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด 3(3-0-6) Public Relations for Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด แนวคิด บทบาทหน้าที่การประชาสัมพันธ์ทาง การตลาดการวางแผนการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือสื่อ ประชาสัมพันธ์ทางการตลาด กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทาง การตลาดในภาวะวิกฤต การติดตามและประเมินผลการใช้สื่อ ประชาสัมพันธ์ทางการตลาด		ตัดออก เนื่องจากเนื้อหา ที่เรียนอยู่ในรายวิชาการ สื่อสารทางการตลาดแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
			MK 2204 การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับ	

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 3309 การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6) Strategic Marketing Management รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด หลักการและความสำคัญของการจัดการ การตลาดเชิงกลยุทธ์ในกระแสโลกาภิวัตน์ บทบาทหน้าที่และ ความรับผิดชอบของผู้บริหารการตลาด การวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์และโอกาสทางการตลาด การวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคและการวิจัยตลาด หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วน ตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ การวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาด การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด	MK 3309 การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6) Strategic Marketing Management หลักการและความสำคัญของการจัดการ การตลาดเชิงกลยุทธ์ในกระแสโลกาภิวัตน์ บทบาทหน้าที่และความ รับผิดชอบของผู้บริหารการตลาด การวางแผนการตลาด การ วิเคราะห์สถานการณ์และโอกาสทางการตลาด การวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคและการวิจัยตลาด หลักเกณฑ์ในการแบ่ง ส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ การวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาด การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด	ไม่เปลี่ยนแปลง และยกเลิก รายวิชาบังคับก่อนออกเพื่อ การบริหารรายวิชาในแผน การเรียนรู้สามารถทำได้อย่าง คล่องตัวและเนื้อหาของ รายวิชานี้ได้พัฒนาให้มี ความสมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 3310	การวางแผนการตลาด Marketing Planning รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความสำคัญและกระบวนการเขียนแผนการ ตลาด หลักการเขียนแผนการตลาด และวิธีการนำเสนอแผน การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ บทสรุปสำหรับผู้บริหารและ เนื้อหาของแผน การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดใน ปัจจุบัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนดวัตถุประสงค์ ทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โปรแกรม เกี่ยวกับการปฏิบัติ การกำหนดงบประมาณทางการตลาด และ การควบคุมทางการตลาด	3(3-0-6)	MK 3310	การวางแผนการตลาด Marketing Planning ความสำคัญและกระบวนการเขียนแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม การเลือกตลาดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ การตลาด การควบคุมทางการตลาด และการนำเสนอ แผนการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ	3(3-0-6)	ปรับเนื้อหาให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และมีความกระชับในเนื้อหา และยกเลิกรายวิชาบังคับก่อน ออกเพื่อการบริหารรายวิชาใน แผน การเรียนสามารถทำได้ อย่างคล่องตัวและเนื้อหาของ รายวิชานี้ได้พัฒนาให้มีความ สมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 4306	นวัตกรรมทางการตลาด Marketing Innovations รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความหมาย ความสำคัญของนวัตกรรมทาง การตลาด รูปแบบและประเภทของนวัตกรรม กลยุทธ์การจัดการ นวัตกรรมทางการตลาด กระบวนการบริหารจัดการนวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการสร้างตราสินค้า ธุรกิจนวัตกรรมกับทรัพย์สินทางปัญญา กรณีศึกษาการลงทุน ธุรกิจนวัตกรรม	3(3-0-6)	MK 3311	นวัตกรรมทางการตลาด เชิงสร้างสรรค์ Creative Marketing Innovations แนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการและ เทคนิคการคิดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์แนวคิดภูมิปัญญาไทย ความหมาย ประเภทของนวัตกรรม กระบวนการพัฒนานวัตกรรม การวิจัยและพัฒนาเพื่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม กลยุทธ์การตลาด เชิงสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา การลงทุนธุรกิจนวัตกรรม และการเขียนแผนธุรกิจ	3(3-0-6)	นำรายวิชาการตลาดเชิง สร้างสรรค์มารวม แล้วปรับชื่อ ให้เหมาะสม ปรับปรุงเนื้อหา คำ อธิ บาย ราย วิชา ให้ ทันสมัยและยกเลิกรายวิชา บังคับก่อนออกเพื่อการบริหาร รายวิชาในแผน การเรียน สามารถทำได้อย่างคล่องตัว และเนื้อหาของรายวิชานี้ ได้พัฒนาให้มีความสมบูรณ์ ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 4901	การวิจัยการตลาด Marketing Research รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความสำคัญ วัตถุประสงค์ ประโยชน์ และศาสตร์ ของการวิจัยตลาด กระบวนการวิจัยตลาด เครื่องมือที่ใช้ใน การวิจัยตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติ การเขียน รายงานการวิจัย การนำผลของการทำวิจัยตลาดมาประยุกต์ใช้ ในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาทางด้านการตลาด รวมถึง การนำเอาผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและ การประกอบธุรกิจ	3(3-0-6)	MK 4901	การวิจัยการตลาด Marketing Research ขอบเขต ความสำคัญ และบทบาทการวิจัยทาง การตลาด กระบวนการวิจัยทางการตลาด เครื่องมือวิจัยทาง การตลาด ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาด การออกแบบวิจัยทาง การตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยทางการตลาด และการเขียน รายงานวิจัยทางการตลาด	3(3-0-6)	ปรับปรุงเนื้อหาให้กระชับ ชัดเจนขึ้น และยกเลิกรายวิชา บังคับก่อนออกเพื่อการบริหาร รายวิชาในแผน การเรียน สามารถทำได้อย่างคล่องตัว และเนื้อหาของรายวิชานี้ ได้พัฒนาให้มีความสมบูรณ์ ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 4902	สัมมนาทางการตลาด 3(3-0-6) Seminar in Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด แนวทางและกระบวนการการจัดรูปแบบสัมมนาทางการตลาด ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาด ทั้งธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้กรณีศึกษา หรือจากสถานการณ์จริงในพื้นที่ วิเคราะห์การแก้ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจประเภทต่าง ๆ โดยอาศัยความรู้และทฤษฎีทางการตลาดตลอดจนการศึกษาดูงานทางด้านการตลาดนอกสถานที่เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากองค์กรธุรกิจจริง		MK 4902	สัมมนาทางการตลาด 3(3-0-6) Seminar in Marketing แนวทางและกระบวนการการจัดรูปแบบสัมมนาทางการตลาด ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาด ทั้งธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้กรณีศึกษา หรือจากสถานการณ์จริงในพื้นที่ วิเคราะห์การแก้ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจประเภทต่าง ๆ โดยอาศัยความรู้และทฤษฎีทางการตลาดตลอดจนการศึกษาดูงานทางด้านการตลาดนอกสถานที่เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากองค์กรธุรกิจจริง		ไม่เปลี่ยนแปลง และยกเลิกรายวิชาบังคับก่อนออกเพื่อการบริหารรายวิชาในแผนการเรียนสามารถทำได้อย่างคล่องตัวและเนื้อหาของรายวิชานี้ได้พัฒนาให้มีความสมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
ENG 1501	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 Business English 1 ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษใน บริบททางธุรกิจ	3(3-0-6)	ENG 1501	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 Business English 1 ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษใน บริบททางธุรกิจ	3(3-0-6)	ไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่ย้าย จากกลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ มา เป็นวิชาชีพเลือก
ENG 1502	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 Business English 2 รายวิชาบังคับก่อน: ต้องสอบผ่านรายวิชา ENG 1501 Business English 1 ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษใน บริบททางธุรกิจที่ซับซ้อนมากขึ้น	3(3-0-6)	ENG 1502	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 Business English 2 รายวิชาบังคับก่อน: ต้องสอบผ่านรายวิชา ENG 1501 Business English 1 ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษใน บริบททางธุรกิจที่ซับซ้อนมากขึ้น	3(3-0-6)	ไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่ย้าย จากกลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ มา เป็นวิชาชีพเลือก

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 3204 การจัดการค้าส่งและค้าปลีก 3(3-0-6) Wholesale and Retail Management รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด บทบาทและความสำคัญของการจัดการค้าส่งและค้าปลีกการจัดการจัดองค์การค้าส่งและค้าปลีก ประเภทของการค้าส่งและการค้าปลีก การจัดหาและการจัดซื้อ กลยุทธ์การตลาด การค้าส่งและการค้าปลีกการบริหารลูกค้า การควบคุมและประเมินผล ตลอดจนการศึกษากฎหมายสำหรับการดำเนินงานธุรกิจค้าส่งและธุรกิจค้าปลีก	MK 3204 การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่ 3(3-0-6) Modern Retail Management ความหมาย ประเภท และลักษณะพื้นฐานของธุรกิจค้าปลีก ประเภทของร้านค้าปลีกสภาพแวดล้อมและการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก กฎหมายสำหรับการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีก พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การบริหารจัดการงานส่วนหน้าร้าน การดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกแบบไม่มีหน้าร้าน การส่งเสริมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก การสื่อสารในธุรกิจค้าปลีก การใช้โลจิสติกส์และเทคโนโลยีในธุรกิจค้าปลีก และแนวโน้มการบริหารจัดการการค้าปลีกในอนาคต	ปรับชื่อรายวิชาให้ทันสมัยและปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง สอดคล้องกับสถานการณ์การดำเนินธุรกิจด้านการจัดการค้าส่งและค้าปลีกในปัจจุบัน และยกเลิกรายวิชาบังคับก่อนออกเพื่อการบริหารรายวิชาในแผน การเรียนสามารถทำได้อย่างคล่องตัว และเนื้อหาของรายวิชานี้ได้พัฒนาให้มีความสมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 3208	การตลาดบริการ Service Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด บทบาท ความสำคัญและประเภทของตลาด บริการ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและอุปสงค์ของตลาดบริการ กระบวนการให้บริการลูกค้า การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ การบริหารลูกค้า สัมพันธ์กับงานบริการ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาด ของธุรกิจบริการเพื่อกำหนดแนวทางแก้ไข แนวโน้มของ การตลาดบริการในอนาคต	3(3-0-6)	MK 3208	การตลาดบริการ Service Marketing แนวคิดด้านการตลาดบริการและประเภทของ ตลาดบริการ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและอุปสงค์ของตลาด บริการ การบริหารกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจ บริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับงานบริการ ช่องว่างทาง การด้านตลาดบริการ การปรับปรุงคุณภาพการบริการและผลิต ภาพในการบริการ แนวโน้มของการตลาดบริการในอนาคต	3(3-0-6)	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้มี เนื้อหาที่ทันสมัย ทันต่อการ นำไปประยุกต์ใช้ในการแข่งขัน ทางธุรกิจบริการในปัจจุบัน และยกเลิกรายวิชาบังคับก่อน ออกเพื่อการบริหารรายวิชาใน แผน การเรียนสามารถทำได้ อย่างคล่องตัวและเนื้อหาของ รายวิชานี้ได้พัฒนาให้มีความ สมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 3210	การตลาดเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม Marketing for Society and Environment รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความสำคัญ แนวคิดทฤษฎีทางการตลาดที่ มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประเภทและ องค์ประกอบของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ศึกษา ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการตลาดเพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมในประเทศและกลุ่มประเทศในแถบอาเซียนกฎหมาย และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)	MK 3210	การตลาดเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม Marketing for Society and Environment แนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบของการตลาดเพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม ศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการตลาดเพื่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม แนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณ	3(3-0-6)	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้ ทันสมัย สอดคล้องกับรูปแบบ การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่ องค์การนิยม นำมาใช้เป็น กลยุทธ์ในการสร้างการรู้จัก และความน่าเชื่อถือในวงกว้าง มากขึ้น และยกเลิกรายวิชา บังคับก่อนออกเพื่อการบริหาร รายวิชาในแผน การเรียน สามารถทำได้อย่างคล่องตัว และเนื้อหาของรายวิชานี้ ได้พัฒนาให้มีความสมบูรณ์ใน ตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 3211 การตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 3(3-0-6) Local Product Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความสำคัญ บทบาทและประเภทผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นศึกษากระบวนการจัดการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด การสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆจากผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นตลอดจนศึกษาปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น	MK 3211 การตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 3(3-0-6) Local Product Marketing แนวคิด ความสำคัญ บทบาทและประเภทผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น การสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆจากผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น กระบวนการจัดการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กลยุทธ์การพัฒนาลตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แนวทางการสร้างองค์ความรู้จากเทคโนโลยีสมัยใหม่สู่การพัฒนาภูมิปัญญาในท้องถิ่น แนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้สอดคล้องกับการพัฒนาธุรกิจท้องถิ่น และเพิ่มเนื้อหาและเครื่องมือทางการตลาดที่ทันสมัยมากขึ้น และยกเลิกรายวิชาบังคับก่อนออกเพื่อการบริหารรายวิชาในแผนการเรียนสามารถทำได้อย่างคล่องตัว และเนื้อหาของรายวิชานี้ได้พัฒนาให้มีความสมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 3303	การจัดการตราสินค้า Brand Management รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความหมาย วัตถุประสงค์ องค์ประกอบ แนวคิดทฤษฎีและประเภทของตราสินค้า ขั้นตอนในการสร้าง ตราสินค้า การวิจัยตลาดกับการสร้างตราสินค้า การสร้าง เอกลักษณ์และความแตกต่างให้ตราสินค้า การวัดมูลค่าตรา สินค้า กลยุทธ์ตราสินค้าที่ใช้สำหรับการแข่งขัน และวิธีการรักษา ตราสินค้าให้ยั่งยืน	3(3-0-6)	MK 3303	การจัดการตราสินค้า เชิงสร้างสรรค์ Creative Brand Management บทบาทและความสำคัญ ของตราสินค้า ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างการรับรู้และประสบการณ์ใน ตราสินค้า การสร้างและออกแบบชื่อ โลโก้ เครื่องหมายการค้า สโลแกน และบรรจุภัณฑ์ การวางตำแหน่งตราสินค้าเพื่อครองใจ ลูกค้า การสร้างอัตลักษณ์ บุคลิกภาพ และแก่นแท้ของตราสินค้า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ในภาพลักษณ์ตราสินค้า กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า การยกระดับตราสินค้า และการสร้าง คุณค่าตราสินค้าสู่ความยั่งยืน	3(3-0-6)	ปรับชื่อและคำอธิบายรายวิชา ให้มีเนื้อหาที่ทันสมัย ทันต่อ การนำไปประยุกต์ใช้ในการ แข่งขันทางธุรกิจ และยกเลิก รายวิชาบังคับก่อนออกเพื่อ การบริหารรายวิชาในแผน การเรียนสามารถทำได้อย่าง คล่องตัวและเนื้อหาของ รายวิชานี้ได้พัฒนาให้ มีความสมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 3304	การจัดการการขาย Sales Management รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด แนวคิด บทบาทเกี่ยวกับการบริหารงานขาย การ	3(3-0-6)	MK 3304	การจัดการการขาย Sales Management แนวคิด บทบาทเกี่ยวกับการจัดการการขาย การ	3(3-0-6)	เป็นรายวิชาที่เกี่ยวกับการ
จัดองค์การขาย กระบวนการจัดการการขาย กระบวนการเทคนิค			วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า การจัดโครงสร้าง			สร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะ
การขาย การศึกษาพฤติกรรมลูกค้า จรรยาบรรณการขายรวมถึง			การขาย การวางแผนกลยุทธ์การขาย นักขายและการบริหาร			ด้านการขาย เพื่อเพิ่ม
การฝึกปฏิบัติการขายจริง			ทีมงานขายสมัยใหม่ เทคนิคการขายสมัยใหม่ จริยธรรมการขาย			ศักยภาพด้านการจัดการการ
						ขาย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 3305 การจัดการโลจิสติกส์ 3(3-0-6) ทางการตลาด Marketing Logistics Management รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความหมาย องค์ประกอบ และแนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้องกับจัดการโลจิสติกส์ ความแตกต่างของโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน บทบาทโลจิสติกส์ทางการค้า การประยุกต์ใช้ การจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจ การจัดการระบบสารสนเทศ การจัดการสินค้าคงคลัง การขนส่งสินค้าและการจัดการต้นทุน การขนส่งสินค้า ผู้บริการภายนอกในงานโลจิสติกส์ บทบาทของ หน่วยงานบริการลูกค้า		ตัดออก เนื่องจากนำเนื้อหา ในรายวิชาไป ยุบรวมกับ รายวิชาการจัดการช่องทาง การจัดจำหน่าย

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 3306 การตลาดธุรกิจสุขภาพ 3(3-0-6) Marketing for Health Business รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความหมายและแนวโน้มของตลาดธุรกิจสุขภาพ การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดตลาดเป้าหมาย การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ศึกษาธุรกิจสุขภาพที่ดำเนินถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ กฎหมายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสุขภาพ		ตัดออก เนื่องจากนำเนื้อหาไปรวมกับการตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 3307 การตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(3-0-6) Creative Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความหมาย แนวคิดและภาพรวมของการตลาดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการและขั้นตอนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ทิศทางการตลาดและสถานการณ์ทางการตลาด แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต การรับข้อมูลทางการตลาดในอนาคต แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริง		ตัดรายวิชานี้ออกแล้วนำเนื้อหาไปหลอมรวมกับวิชานวัตกรรมทางการตลาดเป็นรายวิชานวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 3308 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว 3(3-0-6) Marketing for Tourism รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความหมายและความสำคัญของการตลาดท่องเที่ยว ประเภทของการตลาดท่องเที่ยว วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บทบาทภาครัฐและธุรกิจบริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยว เทคนิคการสร้างตราสินค้าและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ	MK 3308 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว 3(3-0-6) Marketing for Tourism แนวคิด ความหมายและความสำคัญของการตลาดท่องเที่ยว วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประเภทของการตลาดท่องเที่ยว การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างตราสินค้าและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บทบาทภาครัฐและธุรกิจบริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	ปรับเนื้อหาให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และบริบทของการตลาดท่องเที่ยวในปัจจุบัน และยกเลิกรายวิชาบังคับก่อนออกเพื่อการบริหารรายวิชาในแผน การเรียนสามารถทำได้อย่างคล่องตัว และเนื้อหาของรายวิชานี้ได้พัฒนาให้มีความสมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 4305 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6) International Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดระหว่างประเทศรูปแบบการทำการตลาดระหว่างประเทศประเภทต่าง ๆ ได้แก่ การส่งออกการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ การร่วมทุน การซื้อสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ทางการค้า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศ มาตรการทางการค้าการรวมกลุ่มเศรษฐกิจศึกษาและวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ การวิจัยทางการตลาดระหว่างประเทศ	MK 4305 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6) International Marketing แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดระหว่างประเทศ รูปแบบการตลาดระหว่างประเทศประเภทต่าง ๆ สภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศ ด้านการเงิน เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง และกฎหมาย ระบบสารสนเทศทางการตลาดระหว่างประเทศ การวิจัยทางการตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ นโยบายผลิตภัณฑ์กับการตลาดระหว่างประเทศ ราคาและการตลาดระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การสื่อสารทางการตลาดระหว่างประเทศ และแนวโน้มการตลาดระหว่างประเทศ	เป็นรายวิชาเฉพาะด้านเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการเป็นนักการตลาดระหว่างประเทศ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 4307 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(3-0-6) ทางการตลาด Quantitative Analysis for Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด การตัดสินใจทางการตลาด การวิเคราะห์การคุ่มทุน ตัวแบบของคงคลัง การจัดซื้อสินค้า โปรแกรมเชิงเส้นตรง ปัญหาคู่ของโปรแกรมเชิงเส้นตรง ปัญหาการขนส่ง ตัวแบบการมอบหมายงาน ทฤษฎีการรอคอย การจำลองแบบปัญหา ทฤษฎีเกมส์ การวิเคราะห์แบบมาร์คอฟ การพยากรณ์	MK 4307 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(3-0-6) ทางการตลาด Quantitative Analysis for Marketing ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด การตัดสินใจทางการตลาด การวิเคราะห์การคุ่มทุน ตัวแบบของคงคลัง การจัดซื้อสินค้า โปรแกรมเชิงเส้นตรง ปัญหาคู่ของโปรแกรมเชิงเส้นตรง ปัญหาการขนส่ง ตัวแบบการมอบหมายงาน ทฤษฎีการรอคอย การจำลองแบบปัญหา ทฤษฎีเกมส์ การวิเคราะห์แบบมาร์คอฟ การพยากรณ์	ไม่เปลี่ยนแปลง แต่ได้ยกเลิกรายวิชาบังคับก่อนออกเพื่อการบริหารรายวิชาในแผนการเรียนสามารถทำได้อย่างคล่องตัวและพิจารณาเนื้อหา ของ ราย วิชา นี้ แล้ ว กั มี ความสมบูรณ์ในตัวของมันเอง

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
	MK 4308 การตลาดสำหรับ 3(3-0-6) ผู้ประกอบการใหม่ Marketing for New Startup ความหมายและความสำคัญของสตาร์ทอัพ การสร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ วิเคราะห์ผู้ประกอบการและ การตั้งโจทย์ทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ด้วย Business Model Canvas และ Lean Canvas การวางแผนการตลาด การสร้าง คุณค่าที่แตกต่างของผลิตภัณฑ์ การประเมินขนาดของตลาดและ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการทดสอบตลาด การนำเสนอ ธุรกิจสตาร์ทอัพแก่ลูกค้าและนักลงทุน	เพิ่มรายวิชาใหม่ ให้สอดคล้อง กับแนวการทำธุรกิจสมัยใหม่ และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ชาติ 20 ปี ที่ต้องการสร้าง ความเข้มแข็งของอาชีพ และ สร้างผู้ประกอบการธุรกิจ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 4601 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(3-0-6) Marketing Information Systems รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด บทบาท ความสำคัญของการจัดการระบบสารสนเทศทางการตลาด ประเภท แหล่งที่มา องค์ประกอบของระบบสารสนเทศทางการตลาดกระบวนการสร้างระบบสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์การตัดสินใจและการควบคุมทางการตลาด ระบบสารสนเทศภายในองค์กร ระบบข่าวกรองทางการตลาด ระบบการวิจัยการตลาด ระบบการสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการดำเนินงานทางการตลาด	MK 4401 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(3-0-6) Marketing Information Systems องค์ประกอบของระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการสร้างระบบสารสนเทศ เพื่อการวิเคราะห์การตัดสินใจ และการควบคุมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด ภายในองค์กร ระบบกรองข้อมูลทางการตลาด ระบบการสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด	ปรับเปลี่ยนรหัสวิชาเพื่อให้เข้า กับกลุ่มวิชาที่ปรับใหม่ พร้อม ปรับเนื้อหาให้เหมาะสมและ ทันสมัย และยกเลิกรายวิชา บังคับก่อนออกเพื่อการบริหาร รายวิชาในแผนการเรียน สามารถทำได้อย่างคล่องตัว และเนื้อหาของรายวิชานี้ ได้พัฒนาให้มีความสมบูรณ์ใน ตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			เหตุผล
MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด Special Topics in Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 1101 หลักการตลาด บูรณาการองค์ความรู้จากทฤษฎีทางการตลาด วิเคราะห์และสังเคราะห์ผ่านกรณีศึกษา และประเด็นที่เป็นหัวข้อ พิเศษทางการตลาดสมัยใหม่เพื่อการประยุกต์ใช้ในการทำงาน ด้านการตลาดในอนาคต และทันต่อกระแสเศรษฐกิจและการ แข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์	3(3-0-6)	MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด Special Topics in Marketing วิเคราะห์และสังเคราะห์กรณีศึกษาทางการตลาด ประเด็นหัวข้อพิเศษทางการตลาดสมัยใหม่ เทคนิคการประยุกต์ กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับธุรกิจ การบูรณาการองค์ความรู้ จากทฤษฎีทางการตลาด	3(3-0-6)	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้ ทันสมัยและครอบคลุมประเด็น ใหม่ ๆ ทางการตลาด และ ยกเลิกรายวิชาบังคับก่อนออก เพื่อการบริหารรายวิชาในแผน การเรียนสามารถทำได้อย่าง คล่องตัวและเนื้อหาของ รายวิชานี้ได้พัฒนาให้มี ความสมบูรณ์ในตัวแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 1(0-3-2)ทางการตลาด Preparation for Field Experience in Marketing การเตรียมความพร้อมทางด้านทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด อาทิ หลักในการเขียนแผนธุรกิจ ความรู้เบื้องต้นด้านกฎหมายแรงงาน และการประกันสังคม มารยาทการเข้าสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ การใช้ภาษาอังกฤษในการทำงาน การใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์เพื่อการทำงานทั้งนี้เป็นการเสริมสร้างความพร้อมและจรรยาบรรณ ก่อนออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพจริง	MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 1(0-3-2)ทางการตลาด Preparation for Field Experience in Marketing การเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด การเขียนแผนธุรกิจ ความรู้เบื้องต้นด้านกฎหมายแรงงานและการประกันสังคม มารยาทการเข้าสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ การใช้ภาษาอังกฤษในการทำงาน การใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์เพื่อการทำงาน การเสริมสร้างความพร้อมและจรรยาบรรณ ก่อนออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพจริง	ปรับปรุงเนื้อหา คำอธิบายรายวิชาให้กระชับ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
MK 4802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 6(560) ทางการตลาด Field Experience in Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการของหน่วยงานรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชนภายใต้การควบคุมและการดูแลของอาจารย์นิเทศก์หรืออาจารย์ที่ปรึกษา โดยมีผู้บริหารหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานนั้นเป็นผู้คอยให้คำแนะนำ ซึ่งการฝึกประสบการณ์นั้นอาจจัดให้ฝึกประสบการณ์ทั้งหมด หรือการฝึกประสบการณ์พร้อมกับการจัดทำโครงการพิเศษ หรือการฝึกประสบการณ์พร้อมกับการจัดทำภาคินพนธ์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ ทักษะ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับงานด้านการตลาด	MK 4802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 6(560) ทางการตลาด Field Experience in Marketing รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการของหน่วยงานรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชนภายใต้การควบคุมและการดูแลของอาจารย์นิเทศก์หรืออาจารย์ที่ปรึกษา โดยมีผู้บริหารหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานนั้นเป็นผู้คอยให้คำแนะนำ การฝึกประสบการณ์อาจจัดให้ฝึกประสบการณ์ทั้งหมด หรือการฝึกประสบการณ์พร้อมกับการจัดทำโครงการพิเศษ หรือการฝึกประสบการณ์พร้อมกับการจัดทำภาคินพนธ์เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ ทักษะ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับงานด้านการตลาด	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้กระชับขึ้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา 1(0-3-2) Cooperative Education Preparation หลักการ แนวคิด ปรัชญา กระบวนการและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับระบบสหกิจศึกษา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสังคมองค์กรของการทำงาน และการพัฒนาทักษะที่ทำให้เกิดความพร้อมในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพแต่ละสาขาวิชา เช่น การปรับตัวในสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ การใช้ภาษาอังกฤษในการทำงาน การใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์เพื่อการทำงาน มนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม งานธุรการในสำนักงาน และระบบบริหารคุณภาพงานในสถานประกอบการ ทักษะการเขียนรายงานและการนำเสนอโครงการความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน การเสริมทักษะและ คุณธรรม จริยธรรม ในวิชาชีพเฉพาะสาขาวิชา	COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา 1(0-3-2) Cooperative Education Preparation การปฏิบัติการเตรียมความพร้อมก่อนการออกฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ โดยให้มีองค์ความรู้ในเรื่องหลักการ แนวคิด และปรัชญาสหกิจศึกษา กระบวนการและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับระบบสหกิจศึกษา เทคนิคการสมัครงานและการสัมภาษณ์ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ มีความสามารถในการพัฒนาตนเองตามมาตรฐานวิชาชีพแต่ละสาขาวิชา เช่น การปรับตัวในสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม โครงสร้างการทำงานในองค์กร งานธุรการในสำนักงาน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน และระบบบริหารคุณภาพงาน คุณภาพในสถานประกอบการ การเสริมทักษะและจริยธรรมในวิชาชีพเฉพาะสาขาวิชา และมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำโครงการ การเขียนรายงานผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงานโครงการ และการนำเสนอผลงานโครงการ	เปลี่ยนแปลงคำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	เหตุผล
COOP 4801 สหกิจศึกษา 6(560) Cooperative Education รายวิชาบังคับก่อน : COOP 3801 การเตรียม สหกิจศึกษา การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพตามสาขาวิชาในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตเป็นเวลา 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 560 ชั่วโมง โดยบูรณาการความรู้ที่ได้จากการศึกษาในหลักสูตรการศึกษากับการปฏิบัติงานจริงเสมือนหนึ่งเป็นพนักงาน มีการจัดทำโครงการ การเขียนรายงานและการนำเสนอโครงการ ตามคำแนะนำของพนักงานพี่เลี้ยง อาจารย์ที่ปรึกษา หรืออาจารย์นิเทศก์ ที่ส่งผลต่อการพัฒนางานของสถานประกอบการ และนักศึกษามีมาตรฐานผลการเรียนรู้ทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม มีทักษะและองค์ความรู้ในวิชาชีพ มีลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน ทำให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานที่พร้อมจะทำงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา	COOP 4801 สหกิจศึกษา 6(560) Cooperative Education รายวิชาบังคับก่อน : COOP 3801 การเตรียม สหกิจศึกษา การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพตามสาขาวิชาในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตเป็นเวลา 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 560 ชั่วโมง โดยบูรณาการความรู้ที่ได้จากการศึกษาในหลักสูตรการศึกษากับการปฏิบัติงานจริงเสมือนหนึ่งเป็นพนักงาน มีการจัดทำโครงการ การรายงานผลปฏิบัติงาน การเขียนรายงานโครงการ และการนำเสนอโครงการตามคำแนะนำของพนักงานที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา เพื่อให้เกิดทักษะองค์ความรู้ ในวิชาชีพและมีคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ มีลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เพื่อให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานที่พร้อมจะทำงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา	เปลี่ยนแปลงคำอธิบายรายวิชา

ภาคผนวก ค

ประวัติและผลงานของอาจารย์ประจำหลักสูตร

1. นางสาวนันทน์หทัย เกาตระกุล

1.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

1.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	คุณวุฒิ	สถาบันการศึกษา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาเอก	บธ.ด. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสยาม	2556
ปริญญาโท	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2552
ปริญญาตรี	ศศ.บ. (ประวัติศาสตร์)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2548

1.3 ผลงานทางวิชาการ

1.3.1 ผลงานวิจัย

บทความวิจัยตีพิมพ์วารสารวิชาการในประเทศ

นันทน์หทัย เกาตระกุล. (2561). ภาพลักษณ์และคุณค่าที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการของ
โรงแรม ราคาประหยัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสาร
บริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 15(2), 1-20.(กรกฎาคม-ธันวาคม).

บทความวิจัยที่นำเสนอในการประชุมวิชาการนานาชาติ

Thaotrakool, N. (2016). The Influence of Brand Image and Value toward Organizational
Performance in Hotel Business in Thailand: Confirmatory Factor Analysis. In
*Multidisciplinary Academic Conference on Economics, Management and
Marketing (MAC-EMM 2016)* (pp. 205-210). August 5-6, 2016. Prague:
Czech Technical University in Prague and Academic Conferences
Association.

1.3.2 ตำรา หนังสือ บทความวิชาการ

ไม่มี

1.4 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2558-ปัจจุบัน อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

พ.ศ. 2557 อาจารย์พิเศษ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

1.5 ภาระงานสอน

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MK 2109	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
MK 2202	การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด	3(3-0-6)
MK 3310	การวางแผนการตลาด	3(3-0-6)
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1(0-3-2)

2. นางสาวจินดาภา ศรีสำราญ

2.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

2.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	คุณวุฒิ	สถาบันการศึกษา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จ การศึกษา
ปริญญาเอก	ปร.ด. (การพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชน)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	2560
ปริญญาโท	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2543
ปริญญาตรี	ศศ.บ. (อุตสาหกรรมगतท่องเที่ยว)	สถาบันราชภัฏเชียงใหม่	2539

2.3 ผลงานทางวิชาการ

2.3.1 ผลงานวิจัย

บทความวิจัยที่นำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ

จินดาภา ศรีสำราญ และ มานพ ชุ่มอุ่น. (2561) . การบูรณาการกลยุทธ์การตลาดเชิงจิตวิญญาณเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนม้งบ้านแม่สาใหม่ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 วิทยาการจัดการวิชาการ 2018 : การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นสู่ประเทศไทย 4.0 (น. 434-444). วันที่ 2 กุมภาพันธ์, 2561. ตาก: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด.

2.3.2 ตำรา หนังสือ บทความทางวิชาการ

ไม่มี

2.4 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2546-ปัจจุบัน อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2552-2556 หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

2.5 ภาระงานสอน

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MK 3212	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
MK 2107	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
MK 3208	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
MK 3210	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)

3. นายมานพ ชุ่มอ่อน

3.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

3.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	คุณวุฒิ	สถาบันการศึกษา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จ การศึกษา
ปริญญาโท	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2539
ปริญญาตรี	วท.บ. (จิตวิทยา)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2533

3.3 ผลงานทางวิชาการ

3.3.1 ผลงานวิจัย

บทความวิจัยตีพิมพ์วารสารภายในประเทศ

มานพ ชุ่มอ่อน และ อาชวิน ใจแก้ว. (2562). การพัฒนาการตลาดและการท่องเที่ยวของธุรกิจชุมชนเพื่อการยกระดับสู่วิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษาชุมชนเทศบาลเมืองแกนพัฒนาอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. *Rajabhat J. Sci. Humanit. Soc. Sci.*, 20(1), 145-155. (มิถุนายน).

วาริพิน มงคลสมัย และ มานพ ชุ่มอ่อน. (2561). การสร้างตราสินค้าและการพัฒนาบัญชีต้นทุนของชนเผ่าม้ง. *วารสารบัณฑิตวิจัย*, 9(2), 201-214. (กรกฎาคม-ธันวาคม).

บทความวิจัยที่นำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ

มานพ ชุ่มอ่อน และ อาชวิน ใจแก้ว. (2561). การจัดการการผลิตเพื่อพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันเพื่อการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนของกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลัก ตำบลทาทุ่งหลวง อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน. ใน *การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 13* (น. 80-87). วันที่ 24-25 ธันวาคม, 2561. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มานพ ชุ่มอุ่น, อาชวิน ใจแก้ว, และ ศิรสา สอนศรี. (2561). การจัดการทางการตลาดเพื่อพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันเพื่อการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนของกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลัก ตำบลทาทุ่งหลวง อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน. ใน การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 18 และลำปางวิจัย ครั้งที่ 4 “บูรณาการงานวิจัยสู่การพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืน” (น. 80-92). วันที่ 20 กรกฎาคม, 2561. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

มานพ ชุ่มอุ่น และ อาชวิน ใจแก้ว. (2561). การบูรณาการองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติพหุสภสงครามวิจัย ครั้งที่ 4 ประจำปี พ.ศ.2561 Thailand 4.0 นวัตกรรมและการวิจัยเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (น. 303-309). วันที่ 23 มีนาคม, 2561. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพหุสภสงคราม.

มานพ ชุ่มอุ่น และ อาชวิน ใจแก้ว. (2561). การพัฒนาการตลาดและการท่องเที่ยวของธุรกิจชุมชนเพื่อการยกระดับสู่วิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนเทศบาลเมืองแกนพัฒนา อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติพหุสภสงครามวิจัย ครั้งที่ 4 ประจำปี พ.ศ.2561 Thailand 4.0 นวัตกรรมและการวิจัยเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (น. 258-267). วันที่ 23 มีนาคม, 2561. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพหุสภสงคราม.

จินดาภา ศรีสำราญ และ มานพ ชุ่มอุ่น. (2561). การบูรณาการกลยุทธ์การตลาดเชิงจิตวิญญาณเพื่อสืบ ทอดภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนม้งบ้านแม่สาใหม่ อำเภอแม่อิง จังหวัดเชียงใหม่. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 วิทยาการจัดการวิชาการ 2018 : การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นสู่ประเทศไทย 4.0 (น. 434-444). วันที่ 2 กุมภาพันธ์, 2561. ตาก: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด.

อาชวิน ใจแก้ว, มานพ ชุ่มอุ้น, พัทธภรณ์ สุทชนะ, และ อานนท์ ประสงค์. (2561).

พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการ
สายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารในจังหวัดเชียงใหม่.
ใน การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 18 และลำปางวิจัย ครั้งที่ 4 “บูรณาการ
งานวิจัยสู่การพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืน” (น. 178–194). วันที่ 20 กรกฎาคม,
2561. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

ชนินทร์ มหัทธนชัย, มานพ ชุ่มอุ้น, บุษราภรณ์ มหัทธนชัย, จิตราภรณ์ ธาราพิทักษ์วงศ์,
ทิวาวัลย์ ต๊ะการ, วาสนา สันติธีรากุล, พร้มไพร วงศ์ชมพู, และ
ชัยทัศน์ เกียรติยากุล. (2561) การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าปักชนเผ่าม้ง
บ้านแม่ส้าน้อยด้วยระบบดิจิทัลคอมเมอร์เชียลภายใต้โครงการส่งเสริมการตลาด
ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแม่อิง จังหวัด
เชียงใหม่. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรี
ปทุม ครั้งที่ 13 ประจำปี 2561 (น. 1–10). วันที่ 20 ธันวาคม, 2561. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

Chum-UN, M., Jaikaew., A., & Kabbour, P. (2019). The Product Line and Channel
Distribution Management to Develop Sustainable Community Enterprises of
Bann Pang Moo Agricultural Housewife Groups, Pang Moo Sub-District,
Muang, Meahongson Province. In *The 1st ICRU International Conference on
World Sustainable Development (WSD 2019)*. (pp. 56–67). February 18–
20, 2019. Chiang Mai: The Empress Hotel Chiang Mai, Thailand.
Chiangmai Rajabhat University.

3.3.2 ตำรา หนังสือ บทความทางวิชาการและงานแปล

ตำรา หนังสือ

- มานพ ชุ่มอุ้น. (2561). *การจัดการตราสินค้า*. เชียงใหม่: คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 220 หน้า. (กุ่มภาพันธ์).
- มานพ ชุ่มอุ้น. (2559). *การบริหารการตลาด*. เชียงใหม่: คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 308 หน้า. (มิถุนายน).

3.4 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2540-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2556-2559	รองคณบดีฝ่ายวิชาการและบริการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2547-2548	ผู้ช่วยคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2542-2552	ประธานโปรแกรมการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

3.5 ภาระงานสอน

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MK 1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
MK 3209	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
MK 3303	การจัดการตราสินค้า	3(3-0-6)

4. นางสาวพรรณรัตน์ บุญกว้าง

4.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

4.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	คุณวุฒิ	สถาบันการศึกษา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จ การศึกษา
ปริญญาโท	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2546
ปริญญาตรี	ศษ.บ. (ประถมศึกษา)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2535

4.3 ผลงานทางวิชาการ

4.3.1 ผลงานวิจัย

บทความวิจัยลงวารสารภายในประเทศ

บงกชกร หงส์สาม, บุญทวรรณ วังวอน, พรรณรัตน์ บุญกว้าง, และ อัจฉรา เมฆสุวรรณ.
(2560). มุมมองของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่บนพื้นฐานการแบ่งปัน
ความรู้และผลการดำเนินงาน. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 10(1), 121-133.
(มกราคม-มิถุนายน).

บทความวิจัยที่นำเสนอในการประชุมวิชาการนานาชาติ

Boonkwang, P. (2018). Factors Influencing International Tourist's Decision on Thai
Traditional Massage Services Usage. In *International Academic Conference
on Social Sciences* (pp.293-297). December 18-20, 2018. Sydney,
Australia: IACSS.

4.3.2 ตำรา หนังสือ บทความวิชาการ

ตำรา หนังสือ

พรรณรัตน์ บุญกว้าง. (2561). *การจัดการการขาย*. เชียงใหม่: คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 180 หน้า. (มิถุนายน).

4.4 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2558-2562	หัวหน้าภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2556-2558	หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2548-2552	อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ต่อเนื่อง) พุทธศักราช 2548 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

4.5 ภาระงานสอน

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MK 2108	การสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)
MK 3204	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่	3(3-0-6)
MK 3304	การจัดการการขาย	3(3-0-6)
MK 4306	นวัตกรรมทางการตลาด	3(3-0-6)

5. นางสาวพรพิมล กาบบัว

5.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

5.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	คุณวุฒิ	สถาบันการศึกษา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จ การศึกษา
ปริญญาโท	พบ.ม. (บริหารทรัพยากร มนุษย์)	สถาบันบัณฑิตพัฒน บริหารศาสตร์ (นิด้า)	2539
ปริญญาตรี	บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ	2529

5.3 ผลงานทางวิชาการ

5.3.1 ผลงานวิจัย

บทความวิจัยที่นำเสนอในการประชุมวิชาการนานาชาติ

Chum-UN, M., Jaikaew., A., & Kabbour, P. (2019). The Product Line and Channel Distribution Management to Develop Sustainable Community Enterprises of Bann Pang Moo Agricultural Housewife Groups, Pang Moo Sub-District, Muang, Meahongson Province. In *The 1st ICRU International Conference on World Sustainable Development (WSD 2019)* (pp. 56-67). February 18-20, 2019. Chiang Mai: The Empress Hotel Chiang Mai, Thailand. Chiangmai Rajabhat University.

5.3.2 ตำรา หนังสือ บทความทางวิชาการ

ตำรา หนังสือ

พรพิมล กาบบัว. (2560). *หลักการตลาด*. เชียงใหม่: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 262 หน้า. (กุ่มภาพันธุ์).

5.4 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2536-ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2552-2556 รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

- พ.ศ. 2546-2547 รองคณบดีฝ่ายวางแผนและบริการ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
- พ.ศ. 2536-2542 รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

5.5 ภาระงานสอน

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MK 1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
MK 4901	สัมมนาทางการตลาด	3(3-0-6)
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1(0-3-2)

ภาคผนวก ง

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี
พ.ศ. ๒๕๕๗

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐ รวมทั้งที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๓ และ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๔ เพื่อให้เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการยิ่งขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) และมาตรา ๕๗ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ สภามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ในคราวประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๕๗ เมื่อวันที่ ๒๖ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๗ จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๗”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับสำหรับนักศึกษาที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๗ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิก

(๑) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐

(๒) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๓

(๓) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๔

ข้อ ๔ บรรดาข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง หรือประกาศอื่นใดในส่วนที่กำหนดไว้แล้วในข้อบังคับนี้ หรือซึ่งขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ ๕ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

“สภาวิชาการ” หมายความว่า สภาวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

“คณะ” หมายความว่า คณะหรือวิทยาลัยตามกฎหมายกระทรวงการจัดตั้งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และให้หมายความรวมถึงคณะหรือวิทยาลัยที่เป็นส่วนงานภายใน ตามกฎหมายว่าด้วยการบริหารส่วนงานภายในของสถาบันอุดมศึกษา

ออกโดยคณบดีสภามหาวิทยาลัย

๒๕๕๗

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร คันธะกุล)

รองอธิการบดี

เลขาธิการสภามหาวิทยาลัย

“คณบดี” หมายความว่า คณบดีคณะหรือวิทยาลัยตามกฎหมายกระทรวงการจัดตั้งส่วนราชการ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และให้หมายความรวมถึงคณะหรือวิทยาลัยที่เป็นส่วนงานภายใน ตามกฎหมายว่าด้วยการบริหารส่วนงานภายในของสถาบันอุดมศึกษา

“สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน” หมายความว่า สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

“อาจารย์ที่ปรึกษา” หมายความว่า อาจารย์ที่ได้รับการแต่งตั้งโดยมหาวิทยาลัยเพื่อให้ทำหน้าที่ ควบคุมแนะนำ และให้คำปรึกษาด้านการเรียนและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพของนักศึกษา

“อาจารย์ผู้สอน” หมายความว่า อาจารย์ที่คณะมอบหมายให้สอนรายวิชาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัย

“นักศึกษา” หมายความว่า นักศึกษาภาคปกติและนักศึกษาภาคพิเศษระดับปริญญาตรี

“นักศึกษาภาคปกติ” หมายความว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยจัดให้เรียนในเวลา ราชการ หรือหากมีความจำเป็นมหาวิทยาลัยอาจจัดให้เรียนนอกเวลาราชการด้วยก็ได้

“นักศึกษาภาคพิเศษ” หมายความว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยจัดให้เรียน ในวันหยุดราชการหรือนอกเวลาราชการ หรือหากมีความจำเป็นมหาวิทยาลัยอาจจัดให้เรียนในเวลาราชการ ด้วยก็ได้

ข้อ ๖ ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจในการออกคำสั่งและหรือประกาศ ของมหาวิทยาลัยเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้

หมวด ๓

ระบบการจัดการศึกษาและการรับเข้าเป็นนักศึกษา

ข้อ ๗ ระบบการจัดการศึกษาใช้ระบบทวิภาค โดย ๑ ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น ๒ ภาคการศึกษา ปกติ ๑ ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ มหาวิทยาลัยอาจจัดการศึกษาภาค ฤดูร้อนก็ได้ ทั้งนี้ ให้กำหนดระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิตโดยมีสัดส่วนเทียบเคียงได้กับภาคการศึกษาปกติ

การกำหนดและการปรับเปลี่ยนวันเปิดและหรือวันปิดของแต่ละภาคการศึกษาให้จัดทำเป็นประกาศ มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ต้องมีระยะเวลาศึกษารวมกันในแต่ละภาคการศึกษาตามวรรคหนึ่ง

กรณีที่มหาวิทยาลัยจะใช้ระบบการจัดการศึกษาอื่นเฉพาะหลักสูตรใด ให้แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับ ระบบการจัดการศึกษานั้น รวมทั้งรายละเอียดการเทียบเคียงหน่วยกิตกับระบบทวิภาคที่กำหนดไว้ ในหลักสูตรให้ชัดเจน

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาธิต คันตระกูล)

รองอธิการบดี

เลขาธิการสภามหาวิทยาลัย

ข้อ ๘ คุณสมบัติและเงื่อนไขการเข้าเป็นนักศึกษา

(๑)เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จากสถาบันการศึกษา
ที่กระทรวงศึกษาธิการ ให้การรับรอง หรือ

(๒)เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นอนุปริญญา หรือปริญญาชั้นใดชั้นหนึ่งหรือเทียบเท่าจากสถาบันอุดมศึกษา
ที่สภามหาวิทยาลัยรับรอง

นอกเหนือจากคุณสมบัติและเงื่อนไขตาม (๑) และ (๒) แล้ว มหาวิทยาลัยอาจกำหนดคุณสมบัติอื่น
ตามที่หลักสูตรกำหนดก็ได้ โดยให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

สำหรับนักศึกษาต่างชาติต้องสำเร็จการศึกษาตามวรรคหนึ่ง และวรรคสอง เช่นเดียวกัน

ข้อ ๙ มหาวิทยาลัยจะสอบคัดเลือกหรือคัดเลือกผู้มีคุณสมบัติตามข้อ ๘ เข้าเป็นนักศึกษา
เป็นคราว ๆ ไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๐ มหาวิทยาลัยอาจสอบคัดเลือกหรือคัดเลือกบุคคลเข้าเป็นนักศึกษาตามนโยบาย
ของสภามหาวิทยาลัยหรือรัฐบาลก็ได้

มหาวิทยาลัยอาจรับบุคคลเข้าเป็นนักศึกษาตามโครงการความร่วมมือทางวิชาการหรือตามนโยบาย
ของมหาวิทยาลัยก็ได้

ข้อ ๑๑ ผู้ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาหรือผู้ที่มหาวิทยาลัยรับเข้าเป็นนักศึกษา จะมีสถานภาพเป็น
นักศึกษาเมื่อได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาแล้ว ทั้งนี้ ตามวันเวลาและสถานที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยจัดทำเป็น
ประกาศของมหาวิทยาลัย

ผู้ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาตามวรรคหนึ่งต้องไม่เป็นโรคหรือภาวะอันเป็นอุปสรรค
ในการศึกษา

หมวด ๒

การลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๒ การลงทะเบียนเรียน ให้ดำเนินการดังต่อไปนี้

(๑) การกำหนดวันและวิธีการลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศ
ของมหาวิทยาลัย

(๒) การลงทะเบียนต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และต้องเป็นไปตามข้อกำหนด
ของหลักสูตร

(๓) การลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาปกติ กรณีนักศึกษาภาคปกติจะต้องลงทะเบียนเรียน
ไม่ต่ำกว่า ๙ หน่วยกิต แต่ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต กรณีศึกษาภาคพิเศษจะต้องลงทะเบียนเรียนไม่ต่ำกว่า ๙ หน่วยกิต
แต่ไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

๓๘๖

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาธิต สันตะบุตร)

รองอธิการบดี

เลขาธิการสภามหาวิทยาลัย

(๔) การลงทะเบียนเรียนในภาคฤดูร้อน ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๔ หน่วยกิต

หากมหาวิทยาลัยมีเหตุผลและความจำเป็น การลงทะเบียนเรียนที่มีจำนวนหน่วยกิตแตกต่างไปจาก (๓) หรือ (๔) ก็อาจทำได้ แต่ทั้งนี้ต้องไม่กระทบกระเทือนต่อมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา และต้องเรียนให้ครบตามจำนวนหน่วยกิตตามที่ระบุไว้ในหลักสูตร

หลักเกณฑ์และวิธีการลงทะเบียนเรียนตามวรรคสองให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๓ การลงทะเบียนรายวิชาจะสมบูรณ์ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมต่างๆ และมหาวิทยาลัยได้รับหลักฐานครบถ้วนแล้ว

ข้อ ๑๔ นักศึกษาอาจขอลงทะเบียนเข้าร่วมศึกษารายวิชาใด ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ได้ โดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ผู้สอน และให้ยื่นคำร้องต่อสำนักส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียนภายในช่วงเวลาการเพิ่มถอนรายวิชาในภาคการศึกษานั้น ทั้งนี้ จำนวนหน่วยกิตเรียนทั้งหมด จะต้องไม่เกินจำนวนที่ระบุไว้ในข้อ ๑๒ (๓) หรือ (๔) แล้วแต่กรณี

การลงทะเบียนตามวรรคหนึ่งนักศึกษาจะได้รับสัญลักษณ์ V

ข้อ ๑๕ นักศึกษาจะลงทะเบียนเรียนซ้ำกับรายวิชาที่เคยลงทะเบียนแล้วได้เฉพาะในกรณี ดังต่อไปนี้

(๑) รายวิชานั้นได้สัญลักษณ์ F หรือ W หรือ U

(๒) รายวิชานั้นได้สัญลักษณ์ D+ หรือ D โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

หมวด ๓

การเพิ่ม การถอน และการยกเลิกรายวิชา

ข้อ ๑๖ การเพิ่มรายวิชา ให้ทำได้ภายใน ๒ สัปดาห์ โดยนับถัดจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติหรือภายใน ๑ สัปดาห์ โดยนับถัดจากวันเปิดภาคฤดูร้อน ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอน และอาจารย์ที่ปรึกษา

ข้อ ๑๗ การถอนรายวิชา ให้ทำได้ภายใน ๒ สัปดาห์ โดยนับถัดจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติหรือภายใน ๑ สัปดาห์ โดยนับถัดจากวันเปิดภาคฤดูร้อน ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

ข้อ ๑๘ การยกเลิกรายวิชา จะกระทำได้เมื่อพ้นกำหนดการถอนรายวิชา และต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้น ก่อนกำหนดการสอบปลายภาคการศึกษาไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์ ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอน และอาจารย์ที่ปรึกษา

การยกเลิกรายวิชาจะได้สัญลักษณ์ W และนับรวมจำนวนหน่วยกิตการลงทะเบียนตามข้อ ๑๒ (๓) หรือ (๔) แล้วแต่กรณี

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาบุณย์ ดันตระกูล)

รองอธิการบดี

เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

หมวด ๔
การวัดผลและประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๑๙ นักศึกษาต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดของรายวิชานั้น จึงจะมีสิทธิเข้าสอบปลายภาคในรายวิชาดังกล่าวได้ ในกรณีที่นักศึกษามีเหตุจำเป็นหรือเหตุสุดวิสัยทำให้มีเวลาเรียนน้อยกว่าร้อยละ ๘๐ แต่ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ อาจารย์ผู้สอนอาจพิจารณาอนุญาตให้เข้าสอบในรายวิชานั้น ก็ได้

ในกรณีมีนักศึกษาไม่มีสิทธิเข้าสอบปลายภาคตามวรรคหนึ่ง ให้อาจารย์ผู้สอนส่งรายชื่อของนักศึกษานั้น ให้คณะเพื่อนำส่งสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนประกาศรายชื่อ ทั้งนี้ ให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จไม่น้อยกว่า สองสัปดาห์ก่อนวันสอบปลายภาค

ข้อ ๒๐ การวัดผลให้ใช้วิธีการที่หลากหลาย ทำการวัดผลเป็นระยะ ๆ ระหว่างภาคการศึกษา และทำการวัดผลเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนของภาคการศึกษานั้น โดยต้องมีคะแนนระหว่างภาคการศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐

กรณีหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับองค์การวิชาชีพ มหาวิทยาลัยอาจกำหนดการวัดผลที่แตกต่างไปจากวรรคหนึ่ง ก็ได้ โดยจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๑ การประเมินผลการศึกษาให้ใช้สัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

(๑) สัญลักษณ์ที่มีค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น ๘ ระดับ ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	๔.๐
B+	ดีมาก (Very Good)	๓.๕
B	ดี (Good)	๓.๐
C+	ดีพอใช้ (Fairly Good)	๒.๕
C	พอใช้ (Fair)	๒.๐
D+	อ่อน (Poor)	๑.๕
D	อ่อนมาก (Very Poor)	๑.๐
F	ตก (Fail)	๐.๐

(๒) สัญลักษณ์ที่ไม่มีค่าระดับคะแนน มีดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
S	เป็นที่พอใจ (Satisfactory)
U	ยังไม่เป็นที่พอใจ (Unsatisfactory)
I	การวัดผลไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
IP	การศึกษายังไม่สิ้นสุด (In progress)

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย



(ผู้อำนวยการคณาจารย์ฝ่าย คณิตศาสตร์)

รองอธิการบดี

เลขาธิการสภามหาวิทยาลัย

M	นักศึกษาขาดสอบ (Missing)
W	การยกเลิกรายวิชา (Withdrawal)
V	เข้าร่วมศึกษา (Visitor)
CS	การทดสอบมาตรฐาน (Credits from Standardized Test)
CE	การทดสอบด้วยการสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน (Credits from Examination)
CT	การประเมินการศึกษา หรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยรับรอง (Credits from Training)
CP	การเสนอแฟ้มสะสมผลงาน (Credits from Portfolio)

ข้อ ๒๒ การให้สัญลักษณ์ตามข้อ ๒๑ (๑) จะให้ได้ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ในรายวิชาที่นักศึกษาเข้าสอบ และหรือ มีผลงานที่ใช้ทำการวัดผลได้

(๒) ในกรณีที่เปลี่ยนจากสัญลักษณ์ I IP หรือ M โดยอาจารย์ผู้สอนส่งผลการประเมินภายใน
ระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

นอกจากที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่งการให้สัญลักษณ์ F จะให้ได้ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) นักศึกษาผู้นั้นไม่มีสิทธิเข้าสอบปลายภาคตามข้อ ๑๙ วรรคสอง

(๒) นักศึกษาผู้นั้นประพฤติผิดตามที่ข้อบังคับหรือระเบียบมหาวิทยาลัยกำหนดไว้

(๓) เปลี่ยนจากสัญลักษณ์ I IP หรือ M ในกรณีที่อาจารย์ผู้สอนไม่ได้ส่งผลการประเมินภายใน
ระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๓ สัญลักษณ์ S หรือ U จะให้ได้เฉพาะรายวิชาที่หลักสูตรกำหนดให้เรียนเพิ่มเติมตามข้อกำหนดเฉพาะ
กรณีนักศึกษาได้สัญลักษณ์ U ในรายวิชาใด นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นใหม่จนกว่าจะ

ได้สัญลักษณ์ S

ข้อ ๒๔ สัญลักษณ์ I จะให้ได้ในกรณีที่การวัดผลระหว่างภาคการศึกษาไม่สมบูรณ์และหรือการวัดผล
ของภาคการศึกษานั้นไม่สมบูรณ์ และนักศึกษาต้องดำเนินการขอรับการประเมินเพื่อเปลี่ยนสัญลักษณ์ I

เป็นสัญลักษณ์ ตามข้อ ๒๑ (๑)

กรณีนักศึกษาไม่ดำเนินการตามวรรคหนึ่ง ให้อาจารย์ผู้สอนทำการประเมินเฉพาะผลงานที่มีอยู่
และส่งผลการประเมินภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากพ้นกำหนดให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
เปลี่ยนสัญลักษณ์ I เป็น F หรือ U แล้วแต่กรณี

ข้อ ๒๕ สัญลักษณ์ IP จะให้ได้ในกรณีที่รายวิชานั้นยังมีการศึกษาต่อเนื่องอยู่ และยังไม่ได้ทำการวัดผล
หรือประเมินผลภายในภาคการศึกษาที่ลงทะเบียน โดยสัญลักษณ์ IP จะถูกเปลี่ยนเมื่อได้ทำการวัดผลและประเมินผล
เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ อาจารย์ผู้สอนต้องส่งผลการประเมินภายในวันสุดท้ายของการเรียนการสอนของภาค
การศึกษาถัดไป หากพ้นกำหนดให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนเปลี่ยนสัญลักษณ์ IP เป็น F หรือ U
แล้วแต่กรณี

ถูกต้องตามมติคณะกรรมการมหาวิทยาลัยกำหนดรายวิชาที่ให้สัญลักษณ์ IP โดยจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

๕๖๖

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาโรจน์ คันธุระกุล)

รองอธิการบดี

เลขานุการแผนกมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๖ สัญลักษณ์ M จะให้ได้เฉพาะรายวิชาที่นักศึกษามีสิทธิสอบปลายภาคแต่ขาดสอบ

เมื่อนักศึกษาได้สัญลักษณ์ M ให้นักศึกษายื่นคำร้องขออนุญาตสอบตามประกาศของมหาวิทยาลัย และเมื่อได้รับอนุญาตให้สอบ ให้อาจารย์ผู้สอนดำเนินการวัดผลและประเมินผลแล้วส่งผลการประเมินภายใน ระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากพ้นกำหนดให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนเปลี่ยนสัญลักษณ์ M เป็น F หรือ U แล้วแต่กรณี

ข้อ ๒๗ การให้สัญลักษณ์ W นอกจากการยกเลิกรายวิชาภายในกำหนดเวลาตามข้อ ๑๘ แล้ว อาจให้ได้ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) นักศึกษาที่ลงทะเบียนรายวิชาในฐานะผู้เข้าร่วมศึกษา แต่มีเวลาเรียนน้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ตามข้อ ๒๘

(๒) นักศึกษาถูกสั่งพักการศึกษา หรือถูกไล่ออก หรือได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาในภาคการศึกษานั้น

ข้อ ๒๘ สัญลักษณ์ V จะให้ได้เฉพาะรายวิชาที่นักศึกษาได้ลงทะเบียนเรียนในฐานะผู้เข้าร่วมศึกษา โดยไม่ต้องเข้ารับการวัดและประเมินผลในรายวิชานั้นตามข้อ ๑๔ แต่ต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมด หากเวลาเรียนไม่ครบตามที่กำหนดหรือนักศึกษาไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดสำหรับการ เรียนการสอนในรายวิชานั้น อาจารย์ผู้สอนอาจพิจารณาเปลี่ยนสัญลักษณ์ V เป็น W ก็ได้

ข้อ ๒๙ รายวิชาที่มหาวิทยาลัยอนุมัติให้ได้รับการยกเว้นการเรียนตามหมวด ๔ แห่งข้อบังคับนี้ ให้บันทึกสัญลักษณ์ไว้ในใบรายงานผลการศึกษา ตามระเบียบมหาวิทยาลัยว่าด้วยการออกหลักฐานแสดงผล การศึกษา ดังนี้

(๑) สัญลักษณ์ S จะให้ได้เฉพาะรายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการเรียนจากการศึกษาในระบบ

(๒) รายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการเรียนจากการศึกษานอกระบบและหรือการศึกษาตามอัธยาศัยให้ ได้รับสัญลักษณ์ ดังนี้

(ก) สัญลักษณ์ CS (Credits from Standardized Test) จะให้ได้เฉพาะกรณีได้หน่วยกิต จากการทดสอบมาตรฐาน

(ข) สัญลักษณ์ CE (Credits from Examination) จะให้ได้เฉพาะกรณีได้หน่วยกิต จากการทดสอบด้วยการสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน

(ค) สัญลักษณ์ CT (Credits from Training) จะให้ได้เฉพาะกรณีได้หน่วยกิตจากการประเมิน การศึกษา หรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยรับรอง

(ง) สัญลักษณ์ CP (Credits from Portfolio) จะให้ได้เฉพาะกรณีได้หน่วยกิตจากการเสนอแฟ้ม สะสมผลงาน

ข้อ ๓๐ สัญลักษณ์ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ในแต่ละรายวิชาให้ถือตามเกณฑ์ ดังนี้

(๑) รายวิชาที่เรียนตามหลักสูตร ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ในกลุ่มวิชาประสบการณ์ภาคสนาม หรือฝึกประสบการณ์วิชาชีพต้องไม่ต่ำกว่าสัญลักษณ์ C

(๒) รายวิชาที่เรียนตามหลักสูตร ยกเว้น (๑) ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ต้องไม่ต่ำกว่าสัญลักษณ์ D ถูกต้องตามคณิศานมหาวิทยาลัย

๓๓๕๐

(ผู้อำนวยการฯ) (คณบดี)

รองอธิการบดี

เลขาธิการสถานมหาวิทยาลัย

ถ้านักศึกษาสอบตกในรายวิชาใดต้องลงทะเบียนเรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้ เว้นแต่ถ้าสอบตกในรายวิชาศึกษาทั่วไป รายวิชาเลือก หรือรายวิชาเลือกเสรี สามารถเปลี่ยนไปลงทะเบียนเรียนรายวิชาอื่นตามเกณฑ์ที่กำหนดในหลักสูตรได้ หรือ ถ้ามีรายวิชาศึกษาทั่วไป รายวิชาเลือก หรือรายวิชาเลือกเสรีที่สอบได้ครบตามเกณฑ์ที่กำหนดในหลักสูตรแล้วไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนเรียนอีก

ข้อ ๓๓ การคำนวณค่าระดับคะแนนเฉลี่ย ให้ดำเนินการดังนี้

(๑) ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคการศึกษา และค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยให้คำนวณจากรายวิชาที่มีค่าระดับคะแนนตามข้อ ๒๑ โดยใช้เลขทศนิยม ๒ ตำแหน่งและไม่ปัดเศษ

(๒) ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคการศึกษา ให้คำนวณจากรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษา ยกเว้นรายวิชาที่ได้สัญลักษณ์ I IP และ M ยังไม่นำมาคำนวณค่าเฉลี่ยจนกว่าจะเปลี่ยนเป็นระดับคะแนนตามข้อ ๒๑

(๓) ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ย ให้คำนวณจากรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียน ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาจนถึงภาคการศึกษาที่นำมาคำนวณ ยกเว้นรายวิชาที่ได้สัญลักษณ์ I IP และ M ยังไม่นำมาคำนวณค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยจนกว่าจะเปลี่ยนเป็นระดับคะแนนตามข้อ ๒๑

กรณีที่นักศึกษาได้รับการเทียบโอนผลการเรียนหรือยกเว้นการเรียนแล้ว ลงทะเบียนเรียนรายวิชาซ้ำกับรายวิชาที่ได้รับการเทียบโอนผลการเรียนหรือยกเว้นการเรียนมาแล้วไม่นับหน่วยกิตในรายวิชานั้น

หมวด ๕

การลา การลาพักการศึกษา และการลาออก

ข้อ ๓๒ การลาเพื่อไม่เข้าชั้นเรียน นักศึกษาที่มีกิจจำเป็นหรือป่วยที่ไม่สามารถเข้าชั้นเรียนได้จะต้องยื่นใบลาเพื่อขออนุญาตต่ออาจารย์ผู้สอน

ข้อ ๓๓ นักศึกษาอาจขอลาพักการศึกษาได้ ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ถูกเรียกพล ระดมพล หรือเกณฑ์เข้ารับราชการทหาร

(๒) ได้รับทุนแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างประเทศหรือทุนอื่นใด ซึ่งมหาวิทยาลัยเห็นสมควรสนับสนุนสำหรับกรณีอื่นให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

(๓) เจ็บป่วย หรือประสบอุบัติเหตุหรือภัยอันตราย จนไม่สามารถศึกษาต่อให้ได้ผลดีต่อไป

(๔) ไม่ได้ลงทะเบียนรายวิชา หรือลงทะเบียนไม่สมบูรณ์ หรือถอนทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนโดยไม่ได้

รับสัญลักษณ์ W

(๕) เหตุผลอื่นที่อาจารย์ที่ปรึกษาเห็นสมควร

ข้อ ๓๔ การลาพักการศึกษาตามข้อ ๓๓ นักศึกษาจะต้องยื่นใบลาตามแบบที่สำนักส่งเสริมวิชาการ

ถูกต้องตามมติของมหาวิทยาลัย และงานทะเบียนกำหนด พร้อมด้วยหนังสือยินยอมจากผู้ปกครองเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา คณบดี และอธิการบดี

๑๕๖๕

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาวิตรี คันธารัตน)

รองอธิการบดี

สถานการณมหาวิทยาลัย

เพื่อพิจารณาอนุมัติตามลำดับ เว้นแต่กรณีนักศึกษาที่บรรลุนิติภาวะสามารถลาพักการศึกษาได้โดยไม่ต้องมีหนังสือยินยอมจากผู้ปกครอง

กรณีนักศึกษาเป็นผู้ที่ลาศึกษาต่อต้องมีหนังสือยินยอมจากหัวหน้าหน่วยงานต้นสังกัด

การลาพักการศึกษา จะกระทำได้ครั้งละ ๑ ภาคการศึกษา ถ้าจำเป็นต้องลาพักการศึกษาต่อ

ให้ยื่นใบลาใหม่

นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๓๕ การลาออก นักศึกษาจะต้องยื่นใบลาตามแบบที่สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนกำหนด พร้อมด้วยหนังสือยินยอมจากผู้ปกครองเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา คณบดี และอธิการบดี เพื่อพิจารณาอนุมัติตามลำดับ เว้นแต่กรณีนักศึกษาที่บรรลุนิติภาวะสามารถลาออกได้โดยไม่ต้องมีหนังสือยินยอมจากผู้ปกครอง

หมวด ๖

การเปลี่ยนประเภท การย้ายสาขาวิชา และการรับโอนนักศึกษา

ข้อ ๓๖ นักศึกษาภาคปกติสามารถเปลี่ยนเป็นนักศึกษาภาคพิเศษได้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด และให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัยโดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ

การเปลี่ยนประเภทจากนักศึกษาภาคพิเศษเป็นนักศึกษาภาคปกติจะกระทำไม่ได้

ข้อ ๓๗ นักศึกษาอาจย้ายสาขาวิชาได้ ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด และให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัยโดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ

ข้อ ๓๘ การรับโอนนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด และให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัยโดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ

หมวด ๗

การเทียบโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียน

ข้อ ๓๙ การเทียบโอนผลการเรียนให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี และเป็นไปตามหลักเกณฑ์การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตระดับปริญญา รวมทั้งแนวปฏิบัติที่ดีในการเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

๙๖๕๐

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาโรจน์ คันตระกูล

รองอธิการบดี

เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

ให้มหาวิทยาลัยกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเพื่อดำเนินการตามวรรคหนึ่ง และจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ

ข้อ ๔๐ การยกเว้นการเรียนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด และจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ

การดำเนินการตามวรรคหนึ่งต้องสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตระดับปริญญา รวมทั้งแนวปฏิบัติที่ดีในการเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

หมวด ๘

การพ้นสภาพนักศึกษา

ข้อ ๔๑ ให้นักศึกษาภาคปกติพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาเมื่ออยู่ในเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(๑) สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรและได้รับอนุมัติให้ปริญญา

(๒) ผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๕๐ เมื่อสิ้นภาคการศึกษาปกติที่ ๒ นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน โดยนับจำนวนภาคการศึกษารวมทั้งภาคการศึกษาปกติที่มีการลาพักการศึกษาด้วย

(๓) ผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๗๐ เมื่อสิ้นภาคการศึกษาปกติที่ ๔ นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน โดยนับจำนวนภาคการศึกษารวมทั้งภาคการศึกษาปกติที่มีการลาพักการศึกษาด้วย

(๔) ผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๘๐ เมื่อสิ้นภาคการศึกษาปกติที่ ๖ ที่ ๘ ที่ ๑๐ ที่ ๑๒ หรือที่ ๑๔ และเมื่อสิ้นภาคการศึกษาปกติที่ ๑๖ หรือที่ ๑๘ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๕ ปี โดยนับจำนวนภาคการศึกษารวมทั้งภาคการศึกษาปกติที่มีการลาพักการศึกษาด้วย

(๕) นักศึกษาลงทะเบียนเรียนครบตามหลักสูตร แต่ได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๘๐

(๖) ใช้เวลาศึกษาเกินกว่าระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี

(๗) มหาวิทยาลัยมีคำสั่งให้พ้นสภาพการเป็นนักศึกษา หรือเป็นไปตามระเบียบและข้อบังคับ

ของมหาวิทยาลัยที่กำหนดไว้

(๘) ลาออก

(๙) ตาย

ข้อ ๔๒ ให้นักศึกษาภาคพิเศษพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาเมื่ออยู่ในเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(๑) สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรและได้รับอนุมัติให้ปริญญา

(๒) ผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๕๐ เมื่อสิ้นปีการศึกษาที่ ๑ นับตั้งแต่

เริ่มเข้าเรียน โดยนับจำนวนภาคการศึกษารวมทั้งภาคการศึกษาที่มีการลาพักการศึกษาด้วย

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาธิต คันตระกูล)

รองอธิการบดี

ประธานการสภามหาวิทยาลัย

(๓) ผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๗๐ เมื่อสิ้นปีการศึกษาที่ ๒ นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน โดยนับจำนวนภาคการศึกษารวมทั้งภาคการศึกษาที่มีการลาพักการศึกษาด้วย

(๔) ผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๘๐ เมื่อสิ้นปีการศึกษาที่ ๓ ที่ ๔ ที่ ๕ ที่ ๖ หรือที่ ๗ และเมื่อสิ้นปีการศึกษาที่ ๘ หรือที่ ๙ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๕ ปี โดยนับจำนวนภาคการศึกษารวมทั้งภาคการศึกษาที่มีการลาพักการศึกษาด้วย

(๕) นักศึกษาลงทะเบียนเรียนครบตามหลักสูตร แต่ได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๘๐

(๖) ใช้เวลาศึกษาเกินกว่าระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี

(๗) มหาวิทยาลัยมีคำสั่งให้พ้นสภาพการเป็นนักศึกษา หรือเป็นไปตามระเบียบและข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่กำหนดไว้

(๘) ลาออก

(๙) ตาย

หมวด ๔

การขอรับปริญญา

ข้อ ๔๓ นักศึกษาที่จะได้รับการเสนอชื่อเพื่อขออนุมัติปริญญา ต้องผ่านเงื่อนไขดังต่อไปนี้

(๑) ศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครบถ้วนตามหลักสูตร โดยมีค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

(๒) ใช้เวลาศึกษาไม่เกินระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี

(๓) ไม่มีหนี้สินใด ๆ ค้างชำระต่อมหาวิทยาลัย

(๔) เงื่อนไขอื่นให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ

ข้อ ๔๔ นักศึกษาที่ผ่านเงื่อนไขตามข้อ ๔๓ ให้ยื่นคำร้องคาดว่าจะสำเร็จการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในภาคการศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา ภายในระยะเวลา ขั้นตอนและวิธีการตามประกาศของมหาวิทยาลัย กรณีที่นักศึกษาไม่ยื่นคำร้องตามวรรคหนึ่ง นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนหรือลงทะเบียนเพื่อรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาในภาคการศึกษาถัดไป

ข้อ ๔๕ นักศึกษาที่มีสิทธิจะได้รับปริญญาเกียรตินิยม ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

(๑) มีคุณสมบัติตามข้อ ๔๓

(๒) นักศึกษาภาคปกติใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๘ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับ

หลักสูตรปริญญาตรี ๔ ปี หรือใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๐ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๕ ปี

โดยไม่นับรวมภาคฤดูร้อน ทั้งนี้ ไม่นับรวมภาคการศึกษาปกติที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

๓๖๖

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สำร่ง คันทระกุล)

รองอธิการบดี

(๓) นักศึกษาภาคพิเศษใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๓๒ ภาคการศึกษาสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๔ ปี หรือใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๓๕ ภาคการศึกษาสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๕ ปี โดยนับรวมภาคฤดูร้อน หักนี้ ไม่นับรวมภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา

(๔) ไม่มีรายวิชาใดที่เคยได้สัญลักษณ์ W U หรือต่ำกว่า C

(๕) ไม่เคยลงทะเบียนเรียนซ้ำกับรายวิชาที่เคยลงทะเบียนแล้ว

(๖) ไม่มีรายวิชาใดที่ได้รับการยกเว้นการเรียน

(๗) ไม่เคยถูกสั่งพักการศึกษาเพราะกระทำผิดวินัยนักศึกษา

ข้อ ๔๖ นักศึกษาจะได้รับปริญญาเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง ต้องมีคุณสมบัติตามข้อ ๔๕ และได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยตั้งแต่ ๓.๕๐ ขึ้นไป

นักศึกษาจะได้รับปริญญาเกียรตินิยมอันดับสอง ต้องมีคุณสมบัติตามข้อ ๔๕ และได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยตั้งแต่ ๓.๒๕ แต่ไม่ถึง ๓.๕๐

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๔๗ กรณีนักศึกษาที่มีสภาพเป็นนักศึกษาอยู่ก่อนวันที่ข้อบังคับนี้ใช้บังคับ ให้ใช้ข้อบังคับระเบียบ และประกาศที่ใช้บังคับในขณะนั้นโดยอนุโลมต่อไป จนกว่าจะสำเร็จการศึกษาหรือพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๔๘ กรณีนักศึกษาที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๗ ซึ่งใช้หลักสูตรการศึกษาใดๆ และกำหนด ให้ใช้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๐ ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๗



(ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.กิตติชัย วัฒนานิกร)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาบุรณ สันตะกุล)

รองอธิการบดี

เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

หมายเหตุ: เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานวิชาการและวิชาชีพ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการรับรองวิทยฐานะ และมาตรฐานการศึกษา และเพื่อให้การบริหารงานด้านวิชาการดำเนินไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๘ และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง แนวทางการบริหารเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๔๘ ประกอบกับความในมาตรา ๓๘ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๕๗ ให้สภามหาวิทยาลัยมีอำนาจในการออกกฎ ระเบียบ ประกาศ และข้อบังคับของมหาวิทยาลัยได้ จึงจำเป็นต้องออกข้อบังคับนี้

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาโรจน์ คันกระบุง)

รองอธิการบดี

เลขาธิการสภามหาวิทยาลัย

ภาคผนวก จ

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ที่ ๗๙๖๕/๒๕๖๓

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

เพื่อให้การดำเนินงานขับเคลื่อนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ทุกองค์การ ๒๕๖๓ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๘ และประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๓) ดังนี้

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ	รุ่งอรุณ	ประธานกรรมการ
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นริศ	ศรีนฤวรรณ	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
๓. นายพรชัย	จิตรนามเกียรติ	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
๔. อาจารย์ ดร. ประภาณี	อนนก	กรรมการ
๕. อาจารย์ ดร. นันทิพย์	เสาศระกุล	กรรมการ
๖. อาจารย์พรณรัตน์	บุญกว้าง	กรรมการ
๗. อาจารย์พรพิมล	กานบัว	กรรมการ
๘. อาจารย์ ดร. จินตภา	ศรีสำราญ	กรรมการและเลขานุการ

สั่ง ณ วันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๓

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ธรรมไชย)

รักษาราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ที่ ๓๙๖๖ / ๒๕๖๓

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๓) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๘ และประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๓) ดังนี้

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ	ชุมชื่น	ประธานกรรมการ
๒. รองศาสตราจารย์ ดร. อรุณ	มณีสงค์	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัทธิกา	มณีพันธ์	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
๔. อาจารย์ ดร. พิทยา	สมศักดิ์	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
๕. อาจารย์ ดร. ประณี	อนน	กรรมการ
๖. อาจารย์ ดร. จินตนา	ศรีสำราญ	กรรมการ
๗. อาจารย์พรณรัตน์	บุญกว้าง	กรรมการ
๘. อาจารย์พรพิมล	กมลบัว	กรรมการ
๙. อาจารย์ ดร. นันทิพย์	เผ่าตระกูล	กรรมการและเลขานุการ

สั่ง ณ วันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๓

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ธรรมไชย)

รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

