

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
รับทราบให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว ในระบบ CHECO
เมื่อวันที่ - 8 ต.ค. 2568
ลงนาม.....

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

สารบัญ

	หน้า
รายละเอียดของหลักสูตร	1
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)	
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	1
รหัสและชื่อหลักสูตร	1
ชื่อปริญญาและสาขาวิชา	1
วิชาเอก	1
จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร	1
รูปแบบของหลักสูตร	1
สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร	2
ความพร้อมในการตรวจสอบและรับรองการดำเนินการจัดการศึกษาหลักสูตรที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องตามมาตรฐานการอุดมศึกษา	3
อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา	3
สถานที่จัดการเรียนการสอน	3
เหตุผลและความจำเป็นในการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร	3
การตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	5
การออกแบบหลักสูตรที่ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	10
ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน	12
หมวดที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้	14
ปรัชญา	14
วัตถุประสงค์	14
ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)	15
ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	16

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELOs) และการพัฒนาผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา หมวดวิชาศึกษาทั่วไป..... 18

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) กลยุทธ์ /วิธีการสอน/และกลยุทธ์การวัดและประเมินผล หมวดวิชาเฉพาะ..... 25

ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา (Year Learning Outcomes : YLOs)..... 28

หมวดที่ 3 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต..... 30

ระบบการจัดการศึกษา 30

การดำเนินการหลักสูตร 30

หลักสูตร 31

แผนการศึกษา..... 37

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป..... 42

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาเฉพาะ..... 45

หมวดที่ 4 การจัดกระบวนการเรียนรู้ 49

การออกแบบกระบวนการเรียนรู้ 49

การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา. 50

หมวดที่ 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตรและคณาจารย์ 52

ชื่อ – ชื่อสกุล คุณวุฒิการศึกษา สถาบันการศึกษา และปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร.. 53

อาจารย์ผู้สอน 54

อาจารย์พิเศษ 56

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ศักยภาพด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และห้องปฏิบัติการเฉพาะทาง..... 56
บุคลากรสายสนับสนุน 56
หมวดที่ 6 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา..... 57
คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา 57
ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า 57
กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา / ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2 57
แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี..... 58
งบประมาณตามแผน 58
หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา..... 60
กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ ในการให้ระดับคะแนน (เกรด) 60
การวัดและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา และการเทียบโอน
หน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันอุดมศึกษา 60
เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร 61
องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม..... 62
ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรืองานวิจัย 65
หมวดที่ 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร 67
หลักสูตร 67
การเรียนการสอน 68
การวัดและประเมินผลผู้เรียน 68
อาจารย์ 68
ผู้เรียน 70
สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 71
บัณฑิต 72
หมวดที่ 9 ระบบกลไกในการพัฒนาหลักสูตรและการบริหารคุณภาพ..... 73
ระบบกลไกการพัฒนาหลักสูตร 73
แผนพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร 74

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	77
ภาคผนวก ก คำอธิบายรายวิชา.....	77
ภาคผนวก ข ตารางเปรียบเทียบ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 กับ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568.....	101
ภาคผนวก ค ประวัติและผลงานของอาจารย์ประจำหลักสูตร	177
ภาคผนวก ง ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557	191
ภาคผนวก จ คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)...	205
ภาคผนวก ฉ การสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's Need).....	209
ภาคผนวก ช บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ.....	215

รายละเอียดของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)

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 122 หน่วยกิต

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
รับทราบให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว ในระบบ CHECO
เมื่อวันที่ - 8 ต.ค. 2568
ลงนาม.....

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

5.2 ประเภทของ

หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

5.3 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

5.4 การรับเข้าศึกษา

รับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติที่สามารถสื่อสารภาษาไทยได้

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

มีความร่วมมือด้านวิชาการกับหน่วยงาน ดังนี้

1. บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน (สำนักงานใหญ่)
2. บริษัท สยามนิสสัน เชียงใหม่ จำกัด
3. บริษัท บีนีท จำกัด

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

[x] หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)
ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563)
สภาวิชาการ เห็นชอบในการนำเสนอหลักสูตรต่อสภามหาวิทยาลัย ในการประชุม
ครั้งที่ 9/2567 วันที่ 11 กันยายน 2567
สภามหาวิทยาลัย เห็นชอบหลักสูตรในการประชุม ครั้งที่ 13/2567
วันที่ 6 ธันวาคม 2567
หลักสูตรกำหนดเปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2568

7. ความพร้อมในการตรวจสอบและรับรองการดำเนินการจัดการศึกษาหลักสูตรที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องตามมาตรฐานการอุดมศึกษา

หลักสูตรมีความพร้อมในการรับการตรวจสอบหลักสูตรการศึกษาและตรวจสอบการดำเนินการจัดการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการแต่งตั้งหรือมอบหมายผู้ตรวจสอบ และการตรวจสอบการดำเนินการจัดการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ในปีการศึกษา 2570

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

8.1 นักการตลาด
8.2 นักขาย/นักบริหารลูกค้าสัมพันธ์
8.3 นักวางแผนกลยุทธ์การตลาด
8.4 นักวิจัยตลาด/นักวิเคราะห์การตลาด
8.5 นักการสื่อสารการตลาด/นักการตลาดดิจิทัล
8.6 นักวิชาการด้านการตลาด
8.7 นักโฆษณา/นักประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด
8.8 นักการตลาดบริการ
8.9 ประกอบกิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ธุรกิจออนไลน์
8.10 ผู้ประกอบการ/ตัวแทนจำหน่ายค้าปลีก-ค้าส่ง

9. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

10. เหตุผลและความจำเป็นในการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของโลกในปัจจุบันและในอนาคต ต่างมีศักยภาพและเป็นกำลังในการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลทั่วไป การทำงาน การประกอบธุรกิจ อุตสาหกรรม การศึกษา สังคม วัฒนธรรม และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดแนวทางการอธิบายโลกยุคใหม่ด้วยคำว่า "BANI" ซึ่งเป็นโลกที่เต็มไปด้วย (1) ความเปราะบาง (Brittleness) ที่ทำให้องค์กรต้องเพิ่ม Soft Skill, Hard Skill และ Digital Skill ให้กับบุคลากร (2) ความวิตกกังวล (Anxiety) เกี่ยวกับอนาคตกับสถานะทางสังคม ให้องค์กรจึงต้องสร้าง Mindset ให้คนในองค์กรมีสติ พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น (3) ความไม่เป็นเส้นตรง (Nonlinearity)

ที่เหตุการณ์ต่าง ๆ อาจเกิดขึ้นแบบไม่คาดคิดและขาดตรรกะ ทำให้องค์กรต้องปรับรูปแบบการทำงานใหม่ให้มีความยืดหยุ่น และพัฒนาทีมงานหรือบุคลากรให้ทันโลกอยู่เสมอ และ (4) ความกำกวม เข้ากันไม่ได้ (Incomprehensibility) และไม่สามารถควบคุมทุกสิ่งได้ ทำให้องค์กรจำเป็นต้องสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อค้นหาคำตอบในปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้น เช่น การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เข้ามาช่วยในการทำงาน ประกอบกับจุดเปลี่ยนของประเทศไทยตามแนวคิด New S Curve and Model Thailand 4.0 (Smart Industry + Smart City + Smart People) ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงความยั่งยืน และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) รวมถึงการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ได้เข้ามามีบทบาทและมีอินธิพลต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันอย่างมากและการผลิตบัณฑิตในปัจจุบันต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตหรือตลาดแรงงาน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดีและอย่างมีคุณภาพด้วย

นอกจากนี้ จากการประกันคุณภาพหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประจำปีการศึกษา 2565 (1 มิถุนายน พ.ศ. 2565-31 พฤษภาคม พ.ศ. 2566) ที่ผ่านมา พบว่า การรับนักศึกษาตั้งแต่ปี 2564-2566 เป็นไปตามแผนรับจำนวน 3 หมู่เรียน มีอัตราการลาออกกลางคันที่ต่ำลง แต่อัตราการคงอยู่ที่สูงถึง 81.48% และร้อยละของการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายมีอัตราที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของอัตราการได้งานทำของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาก็สูงมากขึ้นเช่นเดียวกัน คิดเป็น 88.63 % ประกอบกับข้อมูลของทีดีอาร์ไอที่ใช้บิ๊กดาต้าจากประกาศรับสมัครงานของนายจ้างซึ่งมีความละเอียดสูงและทันสมัย ได้สำรวจตลาดแรงงานปี 2566 พบว่า มีอัตราการรับเพิ่มมากกว่า 1.4 หมื่นตำแหน่ง และธุรกิจขายส่ง-ขายปลีกเป็นตำแหน่งที่นายจ้างต้องการ เพิ่มสูงขึ้น โดยอิงฐานข้อมูลจากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในการช่วยจำแนกข้อมูล พบว่า ประกาศรับสมัครงานในกลุ่มธุรกิจการขายส่งและการขายปลีกมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 27,483 ตำแหน่งงาน (16.2%) เมื่อจำแนกประกาศรับสมัครงานตามกลุ่มอาชีพที่ระบุในประกาศรับสมัครงาน โดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการช่วยจำแนกกลุ่มอาชีพ พบว่า ประกาศรับสมัครงานในกลุ่มอาชีพการตลาดมีมากกว่า 28,471 ตำแหน่งงาน (16.8%) ซึ่งที่ผ่านมาหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดมีจุดเน้นในการผลิตบัณฑิตทางด้านการตลาดให้มีสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาการและวิชาชีพที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน สามารถบูรณาการและประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาด นวัตกรรมและเทคโนโลยีการตลาดสมัยใหม่สำหรับใช้พัฒนางานได้อย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีรายวิชาที่เตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพส่วนตัว หรืออาชีพทางการตลาดออนไลน์ ที่สามารถรองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ผันผวนและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ดังนั้นด้วยเหตุผลที่กล่าวมาจึงจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) ในเชิงรุกที่ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การแข่งขัน พฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของตลาดแรงงาน ทั้งนี้เพื่อเตรียมความพร้อมของบัณฑิตให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของพันธกิจด้านการผลิตและการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตของมหาวิทยาลัย

11. การตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

11.1 การตอบสนองนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการพัฒนาภาคการผลิตและบริการ เสริมสร้างฐานการผลิตที่เข้มแข็ง ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน และส่งเสริมให้ไทยเป็นฐานของการประกอบธุรกิจ และยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต และการยกระดับการศึกษาและการเรียนรู้ ให้มีคุณภาพเท่าเทียมและทั่วถึง และปลูกฝังระเบียบวินัย คุณธรรม จริยธรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์

11.2 การตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของ SDGs

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs (Sustainable Development Goals) ขององค์การสหประชาชาติที่สะท้อน 3 เสาหลักของมิติความยั่งยืน (Three Pillars of Sustainability) คือ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม โดยตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของ SDGs ดังนี้

- SDG 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุมและยั่งยืนผ่านการยกระดับผลิตภาพแรงงานและ การพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมเพื่อการผลิตและการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่สวนทางกับสิ่งแวดล้อม การจ้างงานที่ดี และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน ซึ่งการที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างงาน เป้าหมายย่อยที่ 8.3 การสร้างงานที่มีคุณค่า ความเป็นผู้ประกอบการความสร้างสรรค์และนวัฒกรรม และSDG 12 สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ที่เน้นการใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และในภาคธุรกิจที่ นักลงทุนและผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการดำเนิน

ธุรกิจอย่างยั่งยืนมากขึ้นในมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว และเป้าหมายย่อย 12.6 สนับสนุนให้บริษัทรับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน ไปใช้ และบูรณาการข้อมูลด้านความยั่งยืนไว้ในรอบการรายงานของบริษัทเหล่านั้น

11.3 การตอบสนองนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศ และการกำหนดตำแหน่งของหลักสูตรในตลาดแรงงาน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) ตอบสนองต่อนโยบายการพัฒนากำลังคนของประเทศ ดังนี้

1. สอดคล้องกับแผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนคนของประเทศ พ.ศ. 2564-2570 ที่ได้วางยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาอุดมศึกษาไทยในระยะ 7 ปี ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพคนที่มีเป้าหมายเพื่อการจัดการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ตลอดช่วงชีวิต (Lifelong Learning) บัณฑิตได้รับการพัฒนาและยกระดับทักษะเพื่อการทำงานและการดำรงชีวิตให้มีคุณภาพและมีความตระหนักรู้ ปรับเปลี่ยนวิถีการดำรงชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รองรับและสอดคล้องเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 จัดระบบอุดมศึกษาใหม่ ภายใต้การกำหนดเป้าหมายหลัก 3 เป้าหมาย ได้แก่ กำลังคนมีคุณภาพและปริมาณรองรับการพัฒนาประเทศและการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลก งานวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และสถาบันอุดมศึกษา มีสมรรถนะตรงตามอัตลักษณ์จุดแข็งเพื่อให้เกิดคุณภาพในระบบอุดมศึกษา

2. สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) หมุดหมายที่ 12 ที่ต้องการให้ประเทศไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทก์การพัฒนาแห่งอนาคต การพัฒนากำลังคนสำหรับโลกยุคใหม่ และสร้างผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการสร้าง และใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

3. สอดคล้องกับปรัชญาการอุดมศึกษาไทยและระบบอุดมศึกษาใหม่ ด้านการสร้างบัณฑิตและพัฒนากำลังคน ที่มุ่งสร้างบัณฑิตและพัฒนากำลังคนในทุกช่วงวัย ให้เป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม และมีสมรรถนะที่จำเป็น และรองรับสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างฉับพลัน (Disruption) รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล

ตำแหน่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) ที่วางไว้ในตลาดแรงงาน คือ หลักสูตรที่เน้นสร้างนักการนักการตลาดที่มีสมรรถนะและทักษะตามมาตรฐานวิชาชีพ เป็นนักปฏิบัติที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์ที่มุ่งเรียนรู้ตลอดชีวิต มีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ และมีความฉลาดรู้ทางดิจิทัลในการดำรงชีวิต

11.4 การตอบสนองต่อปรัชญาการศึกษา พันธกิจ และยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) ตอบสนองต่อปรัชญาการศึกษาที่ว่า การศึกษาเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาท้องถิ่น พันธกิจด้านการผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพและมาตรฐานวิชาชีพ ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน และยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ระยะ 6 ปี (พ.ศ. 2565–2570) ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลิตและพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่มีเป้าหมายในการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับประเทศในการผลิตและพัฒนาครู และบุคลากรทางการศึกษา และมีนวัตกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้สู่การศึกษา และ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับคุณภาพการศึกษาที่มีเป้าหมาย คือ การจัดการศึกษามีคุณภาพ และบัณฑิตมีอัตลักษณ์และคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัย

สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) ที่กำหนดให้มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันผลิตบัณฑิตที่มีอัตลักษณ์ มีคุณภาพ มีสมรรถนะ และเป็นสถาบันหลักที่บูรณาการองค์ความรู้สู่นวัตกรรมในการพัฒนาท้องถิ่น พร้อมด้วยคุณลักษณะคนไทยตามพระราโชบายด้านการศึกษาทั้ง 4 ประการ คือมีทัศนคติที่ถูกต้อง มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคงและเข้มแข็ง มีงานทำ มีอาชีพ และเป็นพลเมืองดี มีระเบียบวินัย และสมรรถนะบัณฑิตตามมาตรฐานวิชาการและวิชาชีพ

11.5 การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตร ที่ได้จากสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ผนวก ฉ) ซึ่งพบคุณลักษณะที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการ ดังนี้

1. ข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

1.1 ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในอนาคต ได้แก่ ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการคำนวณ ทักษะด้านวิทยาศาสตร์ ทักษะด้านเทคโนโลยี ทักษะด้านการเงิน ทักษะด้านเศรษฐศาสตร์ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และทักษะด้านสังคมและวัฒนธรรม

1.2 ทักษะการเรียนรู้ เป็นทักษะว่าด้วยการจัดการปัญหา ได้แก่

1.2.1 ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) คือ "คิดเป็น" เป็นกระบวนการจับประเด็นปัญหา หาข้อมูลอย่างไม่มีอคติ และตัดสินใจลงมือปฏิบัติแก้ปัญหา มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ มีจิตนาการ คิดนอกกรอบ และเปลี่ยนมุมมองใหม่ ๆ

1.2.2 ทักษะในการสื่อสาร (Communication) คือ มีวิธีการสื่อสารในองค์กรที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาช่องว่างระหว่างวัยในการทำงาน

1.2.3 ทักษะในการทำงานร่วมกันเป็นทีม (Collaboration) คือ ความสามารถที่จะร่วมไม้ร่วมมือกับผู้คนต่าง ๆ ในสังคม เช่น การระดมสมองในกลุ่ม การฝึกแบ่งงาน แบ่งความรับผิดชอบ การฝึกตั้งเป้าหมาย การฝึกภาวะผู้นำที่สร้างสภาพแวดล้อมที่สมาชิกทุกคนสามารถมีส่วนร่วมตามความสามารถของแต่ละคน การฝึกบริหารจัดการเวลา การฝึกการแก้ข้อขัดแย้งที่เกิดกับทีมที่รู้จักร่วมมือ ประนีประนอม และการฝึกการสร้างทีมและทำงานร่วมกัน

1.3 ทักษะว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมรอบตัว ได้แก่

1.3.1 ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นสิ่งที่จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์และสามารถทำให้ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้ดี

1.3.2 ความอดทน (Persistence/grit) เนื่องจากในบางครั้งอาจต้องอยู่ในสถานการณ์ความกดดัน จึงต้องสามารถจัดการกับสถารการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ได้

1.3.3 การปรับตัว (Adaptability) เป็นความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อมและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น

1.3.4 ภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership) คือ มีความสามารถ มีทักษะหรือกระบวนการที่นำพากลุ่มไปสู่จุดหมายร่วมกันได้

1.3.5 ความตื่นรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural awareness) คือ มีความเข้าอกเข้าใจผู้อื่น และตระหนักรู้และยอมรับในความแตกต่างที่หลากหลาย

1.4 ทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่

1.4.1 ความรู้ความเข้าใจข้อมูล (Information Literacy) หรือ สามารถแยกแยะข้อมูลจริงและเท็จแล้วนำไปใช้ประโยชน์ได้

1.4.2 ความรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ (Media Literacy) สามารถแยกแยะสื่อที่น่าเชื่อถือ และไม่น่าเชื่อถือได้

1.4.3 ความรู้ความเข้าใจในคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวเนื่อง (Technology Literacy) สามารถเข้าใจภาษาที่ใช้สื่อสารกับคอมพิวเตอร์ได้

1.4.4 มีความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quotient: EQ) ความฉลาดในการแก้ไขปัญหา (Adversity Quotient: AQ) และความฉลาดทางสังคม (Social Quotient: SQ) ที่จะใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข

2. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของศิษย์เก่า

2.1 มีวินัย ตรงต่อเวลา มีจิตสาธารณะ มีการตื่นตัวในการทำงานยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและการเป็นผู้ฟังที่ดี

2.2 เคารพกฎระเบียนและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กร

2.3 มีความรู้ในวิชาชีพทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ทันสมัยต่อสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และสามารถบูรณาการความรู้ต่าง ๆ ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องและมีทักษะทางด้านภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และทักษะในการเข้าสังคมที่ดี

2.4 ควรสร้างเครือข่ายศิษย์เก่าการตลาด เพื่อใช้สำหรับเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางการตลาดและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

3. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบัน

3.1 ควรแสวงหาความรู้เพิ่มเติมทางด้านกฎหมายแรงงาน กฎหมายธุรกิจ ภาษีธุรกิจ และสวัสดิการต่าง ๆ ในการทำงาน

3.2 มีความรู้ทางด้านการตลาดที่เพียงพอที่สามารถนำไปประยุกต์ในการทำงานในอนาคตในด้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่งานด้านการตลาด

3.3 รู้จักที่จะปฏิบัติตัว วางตัว หรือสื่อสารกับหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงานที่เหมาะสม

3.4 ควรมีบุคลิกภาพที่ดี มีทัศนคติ และ Good mindset ที่พร้อมที่จะลองทำลองแก้ปัญหาด้วยตัวเอง

4. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

4.1 หลักสูตรควรเพิ่มเนื้อหาด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับกลยุทธ์การตลาดให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น เพื่อสอดรับกับความต้องการของสถานประกอบการ

4.2 หลักสูตรควรมีการลงนามทำความร่วมมือกับสถานประกอบการต่าง ๆอย่างชัดเจนในการส่งนักศึกษาไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ตั้งแต่ชั้นปีที่ 2-4

4.3 หลักสูตรควรมีการส่งเสริม สนับสนุนและฝึกฝนความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ให้แก่นักศึกษาในหลักสูตรให้เกิดความชำนาญโดยเชื่อมโยงกับสถานประกอบการที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ในการทำงานจริง

4.4 หลักสูตรควรให้นักศึกษามีโอกาสฝึกปฏิบัติจริงมากขึ้น โดยจัดให้นักศึกษาแต่ละชั้นปีลงมือปฏิบัติกิจกรรมทางการการตลาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสมรรถนะของนักศึกษาแต่ละชั้นปีที่หลักสูตรกำหนดขึ้น

4.5 หลักสูตรควรปรับปรุงหลักสูตรตามข้อคิดเห็นจากคณะกรรมการผู้ประเมินเพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินภารกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

4.6 หลักสูตรควรให้ความสำคัญต่อการสร้างเครือข่ายและพัฒนาระบบการประสานงานกับศิษย์เก่าเพื่อผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินการของหลักสูตร

5. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของอาจารย์อาจารย์ผู้สอน

5.1 ในแต่ละวิชาควรมีการจัดการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้าไปศึกษาการดำเนินธุรกิจจริง หรือทำ Workshop เพื่อเพิ่มประสบการณ์และการมีส่วนร่วมในการคิดค้นผลงานด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์ของนักศึกษา และเพื่อประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน ชุมชนและท้องถิ่นต่อไป

5.2 ในรายวิชาเอก ควรทำการพัฒนาเนื้อหาให้เหมาะกับยุคสมัย การประยุกต์ใช้ในการทำงานและความต้องการของสถานประกอบการ

5.3 หลักสูตรควรมีการผลักดันให้อาจารย์ผู้สอนเพิ่มพูนความรู้ใหม่ ๆ ด้านการตลาดให้มากยิ่งขึ้น

5.4 หลักสูตรควรเชิญผู้ประกอบการภายนอกที่มีชื่อเสียง มาร่วมแสดงทรรศนะในหัวข้อที่สอดคล้องกับรายวิชาต่างๆ ของแต่ละชั้นปี และแบ่งปันประสบการณ์จากมุมมองของการทำงานจริงเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่การทำงานหลังจบการศึกษา

5.5 หลักสูตรควรจะเพิ่มเติมกิจกรรมหรือโครงงานที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาทุกชั้นปีมีความสามัคคีกัน ฝึกทำงานและแก้ไขปัญหาร่วมกัน

5.6 หลักสูตรควรมีกิจกรรมที่ให้เด็กนักศึกษาที่เข้ามาใหม่มีแรงจูงใจที่ดีมีผลสัมฤทธิ์ต่อการเรียนจะช่วยให้คณาจารย์ ได้รับความร่วมมือจากการเรียนการสอน

5.7 บัณฑิตควรต้องมีทักษะทางด้านวิชาการและทักษะการทำงานทั้ง Hard Skill และ Soft Skill

12. การออกแบบหลักสูตรที่ตอบสนองต่อบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลง ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากผลการวิเคราะห์ในข้อ 11.1-11.5 และข้อมูลความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคตที่รวบรวมจากบริษัทจัดหางานที่มีชื่อเสียง รวมถึงข้อมูลจากทีดีอาร์ไอ (Thailand Development Research Institute) กรมการจัดหารงาน และสภาอุตสาหรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของผู้ทำงานด้านการตลาดในปัจจุบันและในอนาคต และข้อมูลจากอุตสาหกรรม Green & Digital S-curve Plus พบคุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพทางการตลาดที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้ง 4 ด้านตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และสอดคล้องกับ

จุดมุ่งหมายการเรียนรู้ 3 ด้านตาม KAS Model คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และทักษะ (Skill) และสอดคล้องกับ CAP Model ที่ประกอบด้วยด้านพุทธพิสัย (Cognitive) จิตพิสัย (Affective) และทักษะพิสัย (Skill) ดังนั้นการออกแบบหลักสูตรเพื่อนำไปสู่ PLOs ของหลักสูตรที่เน้นผลลัพท์การเรียนรู้ทั้ง 4 ด้านตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 มีดังนี้

1. หลักสูตรมีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อสร้างองค์ความรู้ (Knowledge) ทางการตลาดสมัยใหม่ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด โปรแกรมสำเร็จรูปที่จำเป็นต่อการทำงานการตลาดยุคใหม่ ความรู้ด้านการใช้ซอฟต์แวร์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ทางด้านการตลาดเพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจทางการตลาด หรือการตัดสินใจทางธุรกิจ รวมถึงความรู้เชิงลึกในช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ทฤษฎีและองค์ความรู้ทางการตลาดสู่การปฏิบัติงานจริงที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ปัจจุบันได้

2. หลักสูตรมีการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาทักษะ (Skill) ที่สำคัญและจำเป็นในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ทักษะด้านอาชีพ ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะการวิเคราะห์และประเมินข้อมูล ทักษะการสื่อสารสารสนเทศและการรู้เท่าทันสื่อ ทักษะในการสื่อสารทางการตลาดที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และรวดเร็ว ทักษะการนำเสนอผลงานทางการตลาดแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ทักษะการคิดการวิเคราะห์เชิงตรรกะ การคิดเชิงวิพากษ์อย่างมีวิจารณญาณ ทักษะในการปรับตัวและเปิดรับในการเรียนรู้สิ่งใหม่ รวมถึงทักษะการแก้ปัญหาและการคาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และวิธีการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือก และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตลาดเพื่อพัฒนางาน และการตัดสินใจทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม สามารถก้าวทันโลกและอยู่รอดได้ในในสังคมที่ขับเคลื่อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสามารถปรับตัวเพื่อประกอบชีพได้แม้ในสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดการณ์ได้

3. หลักสูตรมีการจัดการเรียนการสอนที่บ่มเพาะให้ผู้เรียนมีจริยธรรม (Ethic) คุณธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ ควบคู่กับผู้มีความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติทางด้านการตลาด ได้แก่ มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อผู้บริโภค ผู้ซื้อ ผู้ขาย พนักงาน กระทำตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้ร่วมอาชีพ ดำเนินงานด้านการตลาดด้วยคุณธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ไม่ขัดต่อต่อจารีตประเพณีและวัฒนธรรมที่ดีงามของประเทศ ปฏิบัติตามกฎหมายและค่านิยมที่ดีงามทางสังคม และละเว้นการใช้อำนาจหน้าที่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตนและพวกพ้อง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนได้

ตระหนักและปฏิบัติตนที่ดำรงไว้ซึ่งคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณของนักการตลาดและการประกอบธุรกิจ ด้วยจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน

4. หลักสูตรมีการจัดการเรียนการสอนเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาคุณลักษณะ (Character) ของผู้เรียนที่สอดรับกับบุคลิกภาพของนักการตลาดสมัยใหม่ ได้แก่ การมีทัศนคติที่ดีหรือเชิงบวก เปิดใจกว้าง มีความมั่นใจในตัวเอง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานอย่างมืออาชีพ มีไหวพริบที่ดี และไม่กลัวที่จะเริ่มต้นใหม่ มีความสามารถในการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี มีความอดทน มีความกระตือรือร้น รวมถึงการมีความคิดแบบผู้ประกอบการที่พร้อมจะเรียนรู้และปรับตัวอยู่เสมอ และสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับตัวเองด้วยการเรียนรู้และพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง (Growth Mindset) และชอบการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ทางการตลาดหรือธุรกิจ ๆ อยู่เสมอ ตลอดจนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน มีความสามารถในการทำงานร่วมกันเป็นทีม พร้อมที่จะเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงาน รวมถึงมีความสามารถในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะที่สอดรับกับบุคลิกภาพของนักการตลาดสมัยใหม่ มีความสามารถในการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นในการปะกอบอาชีพทางด้านการตลาด รวมถึงมีภาวะของความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี และปฏิบัติงานร่วมกันเป็นทีมได้อย่างสร้างสรรค์

ดังนั้นกระบวนการออกแบบหลักสูตรเพื่อนำไปสู่ PLOs ข้างต้นจึงครอบคลุมการพัฒนาผู้เรียนทั้งกาย ใจ อารมณ์ สังคม สติปัญญา และทักษะที่จำเป็นในการเชื่อมโยงไปสู่โลกของการทำงานจริง รวมถึงการตอบสนองต่อบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงตามวิถีชีวิตในยุคดิจิทัล

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

13.1.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

13.1.2 หมวดวิชาเฉพาะ

ACC 1105	การบัญชีและภาษีอากรเบื้องต้น
BE 1233	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 1
BE 1234	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 2
DIGI 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ
ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น
FB 1101	การเงินธุรกิจ
HRM 1101	การจัดการทรัพยากรมนุษย์
MGT 1101	องค์การและการจัดการ

13.1.3 หมวดวิชาเลือกเสรี

13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้ภาควิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

13.2.1 หมวดวิชาเฉพาะ

MK 1101 หลักการตลาด

13.3 การบริหารจัดการของหลักสูตรร่วมกับหน่วยงานอื่น

1. อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการบริหารจัดการหลักสูตรร่วมกับหน่วยงานอื่น ดังนี้

1.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนจากภาควิชาต่าง ๆ ของคณะวิทยาการจัดการในการจัดการเรียนการสอนในกลุ่มวิชาแกน ประกอบด้วย ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ในการจัดการเรียนการสอนรายวิชา ECON 1103 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น ภาควิชาบริหารธุรกิจในรายวิชา HRM 1101 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และ MGT 1101 องค์การและการจัดการ ภาควิชาการบัญชีและการเงินในรายวิชา ACC 1105 การบัญชีและภาษีอากรเบื้องต้น และภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจในรายวิชา DIGI 1201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ

1.2 สำนักงานจัดการศึกษาทั่วไปและศิลปะวิทยาศาสตร์ ในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไปด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ และด้านวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์-เทคโนโลยี ทั้งนี้เพื่อให้ได้เนื้อหา ความรู้ และทักษะที่ตรงตามความต้องการและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และบรรลุผลการเรียนรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 และเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

2. แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารหลักสูตร เพื่อทำหน้าที่ในการบริหารและดำเนินงานด้านวิชาการให้เป็นไปตามแผน โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในด้านวิชาการและการประกันคุณภาพการศึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ และนักวิชาชีพจากทั้งภายในและภายนอก เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง และก้าวทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน

3. แต่งตั้งผู้ประสานงานรายวิชาทุกรายวิชา เพื่อทำหน้าที่ประสานงานกับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร หรืออาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน นักศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดของรายวิชา การจัดการเรียนการสอน และการวัดผลและประเมินผล

หมวดที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้

1. ปรัชญา

นักการตลาดมืออาชีพที่เชี่ยวชาญด้านการตลาด พึงมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านทฤษฎีและการปฏิบัติควบคู่กันได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สังคมและเทคโนโลยีปัจจุบัน เป็นผู้มีคุณธรรมและจรรยาบรรณที่ดีงามในวิชาชีพ และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนาท้องถิ่นและสังคมอย่างสร้างสรรค์ด้วยจรรยาบรรณวิชาชีพ

2. วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีลักษณะที่พึงประสงค์ ดังนี้

2.1 มีความรู้ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างมืออาชีพในด้านการตลาดสมัยใหม่ที่สามารถประยุกต์ เชื่อมโยง ปรับใช้และต่อยอดในการพัฒนางานและการประกอบอาชีพในอนาคต รวมถึงการเป็นนักเรียนรู้ตลอดชีวิต

2.2 มีทักษะการปฏิบัติงานทางการตลาด และทักษะการใช้เทคโนโลยีทางการตลาดในยุคดิจิทัลและโลกในศตวรรษที่ 21 อย่างมีประสิทธิผล

2.3 มีคุณธรรมและจริยธรรมตามจรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพ ด้วยจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน

2.4 มีวิสัยทัศน์ทางการตลาดที่กว้างไกล มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด และมีความรอบรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและบริบทโลก

2.5 มีบุคลิกภาพและค่านิยมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะเฉพาะของวิชาชีพด้านการตลาด สามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตามได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์ และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น สังคม และประเทศชาติได้อย่างเหมาะสม

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

PLO 1 ประยุกต์ทฤษฎีและองค์ความรู้ทางการตลาดสู่การปฏิบัติงานจริง

PLO 1.1 เชื่อมโยงและประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดและธุรกิจสมัยใหม่ในการทำการตลาด การวางแผนการตลาดและการออบแบบกลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม สร้างสรรค์ และมีความยั่งยืน

PLO 1.2 บูรณาการทฤษฎีและศาสตร์ทางการตลาดสู่การปฏิบัติงานจริง และมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลมีจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สังคมและบริบทโลกได้

PLO 1.3 ปฏิบัติงานด้านการตลาดในสถานประกอบการได้อย่างสร้างสรรค์ (สหกิจศึกษา)

PLO 2 เลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดเพื่อการพัฒนาตน การพัฒนางาน การตัดสินใจทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ

PLO 2.1 นำเครื่องมือการตลาดดิจิทัล และทักษะการสื่อสังคมออนไลน์ การคิดวิเคราะห์ การใช้บริการโฆษณา การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา การวิเคราะห์เว็บไซต์และการวางแผนกลยุทธ์การตลาดมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์การวางแผนและการตัดสินใจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้

PLO 2.2 เลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตลาดและแพลตฟอร์มการตลาดและธุรกิจสมัยใหม่เพื่อใช้ประโยชน์ในงานการตลาดได้

PLO 2.3 ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทางการตลาดในการแก้ไขปัญหาที่พบในสถานประกอบการได้ (สหกิจศึกษา)

PLO 3 ปฏิบัติตนตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณของนักการตลาดและการประกอบธุรกิจ

PLO 3.1 ปฏิบัติตนตามหลักของกฎหมาย คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาด

PLO 3.2 แสดงพฤติกรรมการมีจรรยาบรรณของนักการตลาดและการประกอบการ และมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

PLO 3.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ของสถานประกอบการ (สหกิจศึกษา)

PLO 4 แสดงออกถึงคุณลักษณะที่สอดรับกับบุคลิกภาพของนักการตลาดสมัยใหม่ และพฤติกรรมการตลาด มีความสามารถในการสื่อสาร มีภาวะผู้นำและผู้ตาม และทำงานเป็นทีมได้อย่างสร้างสรรค์

PLO 4.1 แสดงพฤติกรรมความเป็นนักการตลาดสมัยใหม่ได้อย่างเหมาะสม คิดอย่างมีวิจารณญาณและสร้างสรรค์ในการทำงาน และปรับตัวต่อการดำรงชีพในยุควิถีชีวิตดิจิทัลได้

PLO 4.2 สื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นในการประกอบอาชีพทางด้านการตลาดได้อย่างเหมะสม

PLO 4.3 ทำงานร่วมกันเป็นทีมทั้งในฐานะผู้นำและผู้ร่วมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ทางการตลาดและธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

PLO 4.4 เรียนรู้จากประสบการณ์การทำงานในสถานประกอบการจากการทำ และปรับตัวเข้ากับผู้ร่วมงานและวัฒนธรรมองค์กรของสถานประกอบการได้ (สหกิจศึกษา)

4. ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

วัตถุประสงค์	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)				รายวิชาที่สอดคล้องหรือสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ และ PLOs
	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	
1. มีความรู้ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างมืออาชีพในด้านการตลาดสมัยใหม่ที่สามารถประยุกต์เชื่อมโยง ปรับใช้และต่อยอดในการพัฒนางานและการประกอบอาชีพในอนาคต รวมถึงการเป็นนักเรียนรู้ตลอดชีวิต	✓	✓	✓	✓	MK 1101 หลักการตลาด MK 1102 พฤติกรรมผู้บริโภค MK 2104 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ทางการตลาด MK 3204 การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่ MK 2107 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา MK 3309 การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์

วัตถุประสงค์	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)				รายวิชาที่สอดคล้อง หรือสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ และ PLOs
	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	
					MK 3310 การวางแผนการตลาด MK 4904 สัมมนาด้านการตลาดสมัยใหม่ MK 4901 การวิจัยการตลาด MK 4903 หัวข้อพิเศษทางการตลาด
2. มีทักษะการปฏิบัติงานทางการตลาดและทักษะการใช้เทคโนโลยีทางการตลาดในยุคดิจิทัลและโลกในศตวรรษที่ 21 อย่างมีประสิทธิผล	✓	✓	✓	✓	MK 2212 การตลาดดิจิทัล MK 4402 ระบบสารสนเทศทางการตลาด MK 3401 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด MK 3311 นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ MK 3211 การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน MK 2302 การตลาดระหว่างประเทศ
3. มีคุณธรรมและจริยธรรมตามจรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพ ด้วยจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน		✓	✓	✓	MK 3210 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม MK 3308 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว MK 3208 การตลาดบริการ
4. มีวิสัยทัศน์ทางการตลาดที่กว้างไกล มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการทางการตลาด และมีความรอบรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและบริบทโลก		✓	✓	✓	MK 4308 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่ MK 3303 การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)				รายวิชาที่สอดคล้อง หรือสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ และ PLOs
	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	
5. มีบุคลิกภาพและค่านิยมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะเฉพาะของวิชาชีพด้านการตลาด สามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นทั้งใน ฐานะผู้นำและผู้ตามได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์ และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น สังคม และประเทศชาติได้อย่างเหมาะสม	✓	✓	✓	✓	BE 1233 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 1 BE 1234 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 2 MK 2108 การสื่อสารการตลาด MK 2204 การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด MK 2205 บุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด MK 3304 การจัดการการขายเชิงสร้างสรรค์

5. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELOs) และการพัฒนาผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา หมวดวิชาศึกษาทั่วไป และหมวดวิชาเฉพาะ

5.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GELOs: General Expected Learning Outcomes)

GELO 1 มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

GELO 2 ตระหนักและสำนึกในความเป็นไทย

GELO 3 มีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์กว้างไกล เข้าใจและเห็นคุณค่าของตนเอง ผู้อื่นสังคมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ

GELO 4 มีทักษะการคิดแบบองค์รวม

GELO 5 มีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะ เป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก

GELO 6 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน

GELO 7 ใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

5.2.1. ด้านความรู้ (Knowledge)

1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา

2) สามารถวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะและการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา

5.2.2. ด้านทักษะ (Skills)

1) สามารถแสวงหาความรู้ใหม่ด้วยตนเองสำหรับการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อสร้างแผนการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ

2) ติดตามความก้าวหน้า และเลือกใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานอย่างปลอดภัย

3) สามารถบริหารจัดการตนเองและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสามารถแก้ปัญหาเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง

4) แสดงออกซึ่งทักษะการคิดที่มีประสิทธิผล เพื่อการปรับปรุง แก้ไข หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่

5.2.3. ด้านจริยธรรม (Ethics)

1) แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ มีระเบียบวินัย มีศิลปวัฒนธรรมที่ดีงาม

2) แสดงพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมไทยและสังคมโลก

5.2.4. ด้านลักษณะบุคคล (Character)

1) มีความรับผิดชอบต่อสังคม ยอมรับความแตกต่างในสังคมและแสดงความคิดเห็นได้อย่างสร้างสรรค์

2) มีการสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาไทยได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์

3) ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนเอง เคารพสิทธิมนุษยชน กล้าต่อต้านในการกระทำที่ไม่ถูกต้อง เสนอแนวทางการสร้างความเป็นธรรมให้กับสังคม

4) สามารถทำงานเป็นทีม ทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกที่ดีของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (GELOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (GELOs)	มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565											
	1.ด้านความรู้ (Knowledge)		2.ด้านทักษะ (Skills)				3.ด้านจริยธรรม (Ethics)		4.ด้านลักษณะบุคคล (Character)			
	1	2	1	2	3	4	1	2	1	2	3	4
GELO 1 มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง							✓	✓				
GELO 2 ตระหนักและสำนึกในความเป็นไทย							✓	✓	✓			
GELO 3 มีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์กว้างไกล เข้าใจและเห็นคุณค่าของตนเอง ผู้อื่น สังคมศิลปวัฒนธรรม และธรรมชาติ	✓	✓	✓			✓			✓		✓	
GELO 4 มีทักษะการคิดแบบองค์รวม		✓			✓	✓			✓			
GELO 5 มีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก								✓	✓		✓	✓
GELO 6 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน		✓	✓	✓			✓					
GELO 7 ใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ	✓				✓					✓		✓

5.4 กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ และกลยุทธ์การวัดและประเมินผล ของผลลัพธ์การเรียนรู้ (GELOs) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

5.4.1 กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้

1. จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย ให้สอดคล้องกับเนื้อหา เช่น การบรรยาย การอภิปราย การศึกษาค้นคว้า และการคิดวิเคราะห์

2. ให้ความรู้ ความเข้าใจ ขั้นตอน กระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การแก้ปัญหา การคิดสร้างสรรค์

3. จัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นปัญหาเป็นหลัก

4. จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาฝึกทักษะ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ข้อมูล การสื่อสารระหว่างบุคคล การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในงานต่าง ๆ

5. จัดกิจกรรมการเรียนรู้เทคนิคการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศให้หลากหลายสถานการณ์

6. จัดระเบียบสภาพแวดล้อม ทั้งกายภาพและระเบียบการแต่งกาย การเข้าชั้นเรียน

7. ฝึกพัฒนา เหตุผลเชิงจริยธรรม โดยใช้ปัญหา ความขัดแย้งเชิงจริยธรรมกระตุ้นให้ผู้เรียนคิด วิเคราะห์ อภิปราย โต้แย้ง และตัดสินใจ ในบรรยากาศที่มีเสรีภาพและปลอดภัยจากการถูกตัดสิน

8. ฝึกการคิด วิเคราะห์ คิดสะท้อน คิดอย่างมีวิจารณญาณ

9. ใช้การสอนที่กำหนดกิจกรรมให้ทำงานเป็นกลุ่ม กิจกรรมค้นคว้า

10.จัดกิจกรรมการเรียนการสอน โดยให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วม ทั้งในบทบาทการเป็นผู้นำ และผู้ร่วมงาน

5.4.2 กลยุทธ์การวัดและการประเมินผล

1. ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยแบบทดสอบ แบบสอบถาม ชิ้นงาน

2. ประเมินด้านทักษะด้วยการสังเกตการทำงานแบบบันทึกการฝึกปฏิบัติ

3. ประเมินตามสภาพจริงจากผลงานการคิดสร้างสรรค์

4. ประเมินจากการปฏิบัติของนักศึกษา แบบบันทึกการปฏิบัติ

5. ประเมินการยอมรับในทักษะกระบวนการ จากแบบสังเกต แบบสอบถามความคิดเห็น

6. ประเมินตามสภาพความเป็นจริงจากผลงานการเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี-สารสนเทศ คณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง

7. ประเมินจากความสามารถใน การอธิบาย วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และการสื่อสารระหว่างบุคคล

8. ประเมินพฤติกรรม การกระทำ การแสดงออก การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียน การแต่งกาย

9. ประเมินความรู้สึกการเห็นคุณค่า การยอมรับจากแบบสังเกต แบบสอบถาม ความคิดเห็น

10. ประเมินความรู้ ความเข้าใจ จากแบบทดสอบ แบบสอบถาม ชิ้นงาน

11. ประเมินตามสภาพจริงจากผลงานการทำงาน เป็นกลุ่ม

12. ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการทำงาน เป็นกลุ่ม การนำเสนอผลงาน

5.5 ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของ หมวดวิชาเฉพาะ

5.5.1. ด้านความรู้ (Knowledge)

1) มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพการตลาดทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ และสามารถนำไปประยุกต์ร่วมกับศาสตร์ทางธุรกิจเพื่อการพัฒนางานให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

2) สามารถนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ นวัตกรรม ช่องทางการตลาดและเครื่องมือการตลาดดิจิทัลสมัยใหม่เพื่อใช้ประโยชน์ในการทำงานในองค์กร หรือการประกอบอาชีพอิสระ

3) บูรณาการความรู้ในทฤษฎีและการปฏิบัติในการทำการตลาด การสร้างแผนการตลาดและกลยุทธ์การตลาด รวมถึงประเมินผลการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

5.5.2. ด้านทักษะ (Skills)

1) มีทักษะในการรับรู้ การเรียนรู้ การทำตามแบบ การจัดการปัญหา การคิดอย่างมีวิจารณญาณ สร้างสรรค์และยืดหยุ่นเพื่อปรับตัวรองรับกับสถานการณ์ที่ผันผวนต่าง ๆ ได้อยู่เสมอ

2) มีทักษะในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมทางการตลาดสมัยใหม่ได้อย่างถูกต้องและต่อเนื่องเพื่อประโยชน์ในการทำงานในองค์กร หรือการประกอบอาชีพอิสระได้

3) มีทักษะในการทำงานร่วมกันเป็นทีมทั้งในฐานะและบทบาทของผู้นำและผู้ตามได้อย่างสร้างสรรค์ รวมถึงการบริหารความขัดแย้งได้ดีเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

4) มีทักษะการใช้ชีวิตในโลกยุคใหม่ พร้อมเปิดใจรับกลยุทธ์และเทคนิคทางการตลาดสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5.5.3. ด้านจริยธรรม (Ethics)

1) สามารถรับรู้และตอบสนองต่อการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยความมีคุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม และปฏิบัติตามกฎหมายและค่านิยมที่ดีงามของสังคม

2) แสดงออกในรูปของความเต็มใจและพอใจต่อความมีวินัย ความตรงต่อเวลา ความเคารพในกฎระเบียนและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม และกระทำตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้ร่วมอาชีพ จนกลายเป็นความเชื่อและทัศนคติที่ดีต่อสิ่งดังกล่าว

3) มีจริยธรรม ความซื่อสัตย์ และประพฤติปฏิบัติแต่สิ่งที่ถูกต้องดีงามต่อผู้บริโภค ผู้ซื้อ ผู้ขายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ

5.5.4. ด้านลักษณะบุคคล (Character)

1) มีบุคลิกภาพของนักการตลาดที่ดี มีจินตนาการทางการตลาด และมีมุมมองความคิดที่แตกต่าง และมีทัศนคติเชิงบวกต่อวิชาชีพทางการตลาด

2) มีความกระตือรือร้นในการทำงาน และทำงานอย่างทันท่วงทีและรวดเร็ว และพร้อมที่จะเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ และปรับตัวเสมอ

3) เป็นนักสื่อสารในสื่อหรือแพลตฟอร์มสมัยใหม่ต่าง ๆ และนักเจรจาต่อรองที่ดี

4) อดทนต่อแรงกดดันและสามารถปรับตัวให้เข้าสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้

5.6 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 หมวดวิชาเฉพาะ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565													
	1. ด้านความรู้ (Knowledge)			2. ด้านทักษะ (Skills)				3. ด้านจริยธรรม (Ethics)			4. ด้านลักษณะบุคคล (Character)			
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4
PLO 1 ประยุกต์ทฤษฎีและองค์ความรู้ทางการตลาดสู่การปฏิบัติงานจริง	✓	✓	✓	✓		✓	✓			✓	✓			
PLO 2 เลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดเพื่อการพัฒนาตนการพัฒนางาน การตัดสินใจทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565													
	1. ด้านความรู้ (Knowledge)			2. ด้านทักษะ (Skills)				3. ด้านจริยธรรม (Ethics)			4. ด้านลักษณะบุคคล (Character)			
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4
PLO 3 ปฏิบัติตนตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณของนักการตลาดและการประกอบธุรกิจ	✓					✓		✓	✓	✓				
PLO 4 แสดงออกถึงคุณลักษณะที่สอดรับกับบุคลิกภาพของนักการตลาดสมัยใหม่และพฤติกรรมการตลาด มีความสามารถในการสื่อสาร มีภาวะผู้นำและผู้ตาม และทำงานเป็นทีมได้อย่างสร้างสรรค์	✓			✓				✓		✓	✓	✓	✓	✓

5.7 ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) กลยุทธ์ / วิธีการสอน / และกลยุทธ์การวัดและประเมินผล หมวดวิชาเฉพาะ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)	กลยุทธ์ การจัดการเรียนรู้	กลยุทธ์การวัด และการประเมินผล
PLO 1 ประยุกต์ทฤษฎีและองค์ความรู้ทางการตลาดสู่การปฏิบัติงานจริง	1. จัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยผู้สอนเป็นผู้ชี้แนะ (Coach) ผู้เรียนให้พัฒนาตนเอง ที่สอดคล้องกับระดับความสามารถของผู้เรียน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เต็มตามศักยภาพ 2. จัดกิจกรรมการเรียนรู้ทางการตลาดสมัยใหม่ที่หลากหลาย เช่น การศึกษาค้นคว้างานการตลาดจากสื่อสังคมออนไลน์ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตลาดในงานอย่างสร้างสรรค์ 3. จัดกิจกรรมเสริมนอกหลักสูตร เช่น การเชิญวิทยากรมาฝึกทักษะการทำการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความรู้ทางการตลาดและให้เกิดการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงและนำเอาทฤษฎีทางการตลาดสมัยใหม่ไปประยุกต์ใช้ร่วมกับการศึกษาดูงานยังสถานประกอบการ และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางด้านการตลาด จากนั้นนำกลับมาฝึกการวางแผนการตลาดและการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถปฏิบัติจริงได้	1. ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยแบบทดสอบการทดสอบย่อยในชั้นเรียน และชิ้นงานที่เกิดจากการนำความรู้ทั้งทางทฤษฎีและการปฏิบัติไปประยุกต์และปรับใช้ในการวางแผนการตลาดและการสร้างกลยุทธ์การตลาดได้อย่างสร้างสรรค์ เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามวิถีชีวิตดิจิทัล 2. ประเมินความรู้ทางการตลาดด้วยการสังเกตการทำงานแบบบันทึกการฝึก และใบงาน 3. ประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เข้าร่วมการศึกษาดูงานยังสถานประกอบการ การฝึกอบรม และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางด้านการตลาด

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)	กลยุทธ์ การจัดการเรียนรู้	กลยุทธ์การวัด และการประเมินผล
PLO 2 เลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดเพื่อการพัฒนาตน การพัฒนางาน การตัดสินใจทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ	1. จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการคิดเชิงวิพากษ์และการสังเคราะห์ข้อมูล การสื่อสารระหว่างบุคคล การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในงานต่าง ๆ 2. จัดกิจกรรมการเรียนรู้เทคนิคการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลทางการตลาดเพื่อเตรียมความพร้อมในการเรียนรู้ ปรับตัว และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเหล่านั้นให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดในขณะนั้นและ ในอนาคต 3. ฝึกฝนกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์และการคิดเชิงวิพากษ์ (Creative and Critical Thinking) บนฐานของการใช้ข้อมูลจากการวิจัยทางการตลาด สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในสื่อสังคม	1. ประเมินจากชิ้นงาน หรือการทำการตลาดรูปแบบใหม่ด้วยการนำเทคโนโลยีการตลาด (Marketing Technology) มาประยุกต์ใช้ในงานได้อย่างเหมาะสม 2. ประเมินจากผลงาน หรือชิ้นงานที่ได้เลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการตลาดสมัยใหม่ในการสร้างเป็นนวัตกรรมโมเดลธุรกิจดิจิทัลที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา 3. ประเมินจากการมีความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาดที่ปรากฏอยู่ในรายงาน ชิ้นงาน หรือโครงงานทางด้านการตลาด
PLO 3 ปฏิบัติตนตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณของนักการตลาดและการประกอบธุรกิจ	1. ฝึกพัฒนาการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมตามแนวทางการดูแลลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ในจรรยาบรรณในการดำเนินงานด้านการตลาดและการปะกอบธุรกิจ	1. ประเมินจากการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมในด้านคุณธรรมและจริยธรรมทั้งในส่วนของความรู้ เหตุผลทางจริยธรรม ทัศนคติ และ ความเชื่อ ความรู้สึกสำนึกผิดชอบชั่วดีและส่วนของพฤติกรรมการแสดงออกทางคุณธรรม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)	กลยุทธ์ การจัดการเรียนรู้	กลยุทธ์การวัด และการประเมินผล
	2. ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมของผู้เรียนด้านความรู้เหตุผลทางจริยธรรม (Moral Reasoning) ทัศนคติและความเชื่อ ความรู้สึกสำนึกผิดชอบชั่วดี (Moral Attitude and Belief) และพฤติกรรมการแสดงออกทางคุณธรรม (Moral Conduct)	2. ประเมินความคิดเห็นในด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบธุรกิจจากแบบวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรม 3. ประเมินจากพฤติกรรมของการไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาใด ๆ รวมทั้งลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร และการคัดลอกผลงานของผู้อื่นเพื่อการนำมาใช้ในการสร้างชิ้นงานหรือผลงานของตนหรือทีมงาน
PLO 4 แสดงออกถึงคุณลักษณะที่สอดรับกับบุคลิกภาพของนักการตลาดสมัยใหม่และพฤติกรรมการตลาด มีความสามารถในการสื่อสาร มีภาวะผู้นำและผู้ตาม และทำงานเป็นทีมได้อย่างสร้างสรรค์	1. ใช้การสอนที่กำหนดกิจกรรมให้ทำงานเป็นกลุ่มและกิจกรรมค้นคว้าเพื่อให้การทำงานเป็นทีมสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย 2. จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วม ทั้งในบทบาทการเป็นผู้นำ และผู้ร่วมงาน 3. ฝึกฝนการบริหารความขัดแย้งในการทำงานและการสื่อสารภายในทีมงานหรือในกลุ่ม	1. ประเมินความสำเร็จของการทำงานกลุ่มตามสภาพจริงจากผลงาน หรือชิ้นงานของกลุ่ม 2. ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตามที่ดี 3. ประเมินจากความราบรื่นในการทำงานกลุ่มและการยอมรับเหตุผลและความแตกต่างของบุคคลในการทำงานทีมงาน หรือของเพื่อนร่วมงาน

8. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา (Year Learning Outcomes : YLOs)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
PLO 1 ประยุกต์ทฤษฎีและองค์ความรู้ทางการตลาดสู่การปฏิบัติงานจริง	เข้าใจและอธิบายถึงหลักการและแนวคิดทฤษฎีทางด้านการตลาดและบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้	เลือกใช้ศาสตร์ทางด้านการตลาดและการธุรกิจ รวมถึงเครื่องมือและข้อมูลทางการตลาดสมัยใหม่ไปใช้เพื่อวิเคราะห์ตัดสินใจทางการตลาดได้อย่างเหมะสมและเป็นระบบ	ประยุกต์ใช้ศาสตร์ทางด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจเพื่อออกแบบแผนการตลาด และกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจได้	วิเคราะห์ ประเมินและสร้างสรรค์งานทางด้านการตลาดได้ด้วยจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงความยั่งยืน
PLO 2 เลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดเพื่อการพัฒนาตน การพัฒนางาน การตัดสินใจทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ	เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ การปรับตัวของธุรกิจและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคกับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีในอนาคตได้	วิเคราะห์ แยกแยะ ตีความข้อมูลทางการตลาดเพื่อการวางแผนการตลาดและสามารถเลือกรับและเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและคนรอบตัวได้	เลือกใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มการตลาดสมัยใหม่อย่างรู้เท่าทัน เพื่อการพัฒนาตนและพัฒนางานได้อย่างเหมาะสม	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตลาด แพลตฟอร์มการตลาดและเอไอเพื่อใช้ประโยชน์ในงานด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
PLO 3 ปฏิบัติตนตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณของนักการตลาดและการประกอบธุรกิจ	อธิบายหลักของจรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาดได้ รวมถึงมีวินัย ความรับผิดชอบและเคารพในกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของสังคม	แสดงพฤติกรรมที่บ่งชี้ถึงการให้เหตุผลทางจริยธรรมและการตัดสินใจเชิงจริยธรรมได้	ยึดมั่นในจรรยาบรรณ มีคุณธรรมและมีความซื่อสัตย์สุจริตในวิชาชีพ	ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพทางการตลาด และนำหลักของจริยธรรมไปใช้ในการประกอบธุรกิจหรือประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสม
PLO 4 แสดงออกถึงคุณลักษณะที่สอดรับกับบุคลิกภาพของนักการตลาดสมัยใหม่และพฤติกรรมการตลาด มีความสามารถในการสื่อสาร มีภาวะผู้นำและผู้ตาม และทำงานเป็นทีมได้อย่างสร้างสรรค์	สื่อสารและนำเสนองานได้อย่างเหมาะสม	แสดงพฤติกรรมและมีบุคลิกภาพความเป็นนักการตลาดสมัยใหม่ได้อย่างเหมาะสม	ทำงานเป็นทีมได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์	มีภาวะผู้นำ ผู้ตาม และผู้ร่วมงาน และแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระบบ

หมวดที่ 3 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

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

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

หากมีความจำเป็นสามารถมีการจัดการเรียนการสอนภาคฤดูร้อน ระยะเวลา 9 สัปดาห์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 มิถุนายน – ตุลาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 ตุลาคม – กุมภาพันธ์

ภาคการศึกษาภาคฤดูร้อน มีนาคม – พฤษภาคม

หรือเป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 122 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ดังนี้

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	**24 หน่วยกิต**
1) ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า	12 หน่วยกิต
2) ด้านวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์-เทคโนโลยี ไม่น้อยกว่า	12 หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	**92 หน่วยกิต**
1) กลุ่มวิชาแกน	18 หน่วยกิต
2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ไม่น้อยกว่า	74 หน่วยกิต
2.1) บังคับ	46 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 - 9 ต.ค. 2568
ลงนาม.....

3.1.3 รายวิชา

รหัสวิชา

หลักเกณฑ์การใช้รหัสวิชาในหลักสูตร

รายวิชาในหลักสูตร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษ 2–4 ตัว เว้นช่องว่างแล้วตามด้วยตัวเลขอารบิก 4 ตัว นำหน้าชื่อวิชาทุกรายวิชา ซึ่งมีความหมายดังนี้

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ตัวอักษรภาษาอังกฤษ GEN	หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
ตัวเลขลำดับที่ 1	หมายถึง รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
ตัวเลขลำดับที่ 2	หมายถึง ด้านวิชา โดย เลข 1–3 หมายถึง ด้านมนุษยศาสตร์ – สังคมศาสตร์ เลข 4 หมายถึง ด้านวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ – เทคโนโลยี
ตัวเลขลำดับที่ 3–4	หมายถึง ลำดับรายวิชา

หมวดวิชาเฉพาะ

ตัวอักษรภาษาอังกฤษ MK	หมายถึง หมวดวิชาเฉพาะ
ตัวเลขลำดับที่ 1	หมายถึง ความยากง่าย / ชั้นปี
ตัวเลขลำดับที่ 2	หมายถึง ลักษณะของเนื้อหาวิชา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ทฤษฎี หลักการ แนวคิดทางการตลาด	แทนด้วยตัวเลข 1
2) ประยุกต์ทฤษฎีทางการตลาด ตลาดดิจิทัล ตลาดออนไลน์	แทนด้วยตัวเลข 2
3) วิเคราะห์และบูรณาการทฤษฎีและแนวคิดทางการตลาด	แทนด้วยตัวเลข 3
4) สารสนเทศและนวัตกรรมทางการตลาด	แทนด้วยตัวเลข 4
5)	แทนด้วยตัวเลข 5
6)	แทนด้วยตัวเลข 6
7)	แทนด้วยตัวเลข 7
8) ฝึกประสบการณ์ภาคสนาม	แทนด้วยตัวเลข 8

9) โครงการศึกษาเอกเทศ ปัญหาพิเศษ
ภาคนิพนธ์ หัวข้อพิเศษ
การสัมมนาและการวิจัย แทนด้วยตัวเลข 9
ตัวเลขลำดับที่ 3-4 หมายถึง ลำดับรายวิชา

หมายเหตุ: หมวดวิชาเฉพาะอื่น ๆ นอกเหนือจาก MK ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของหลักสูตรนั้น ๆ

วิชาบังคับก่อน หมายความว่า นักศึกษาต้องเรียนรายวิชา หรือ สอบผ่านรายวิชาที่ระบุไว้ก่อน โดยเงื่อนไขที่ระบุไว้ในหลักสูตร ต้องสอบผ่านรายวิชา หมายความว่า นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาบังคับก่อน แล้วสอบประเมินผลได้ระดับคะแนนในเกณฑ์สอบผ่าน

รายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

1. ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

บังคับ		**6 หน่วยกิต**
GEN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
GEN 1307	วิศวกรสังคม	3(3-0-6)
เลือก		**ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**
GEN 1101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
GEN 1103	ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)
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)
GEN 1201	ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข	3(3-0-6)
GEN 1202	การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม	3(3-0-6)
GEN 1301	ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่	3(3-0-6)
GEN 1302	วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้	3(3-0-6)
GEN 1303	ศาสตร์พระราชา	3(3-0-6)
GEN 1305	โลกแห่งธุรกิจ	3(3-0-6)
GEN 1306	ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น	3(3-0-6)
GEN 1308	วัยใสใจสะอาด	3(3-0-6)

2. ด้านวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์-เทคโนโลยี ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

บังคับ		**6 หน่วยกิต**
GEN 1402	การรู้ดิจิทัล	3(3-0-6)
GEN 1404	มหัศจรรย์แห่งการคิด	3(3-0-6)
เลือก		**ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**
GEN 1403	การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม	3(3-0-6)
GEN 1405	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)

GEN 1406	อาหารเพื่อสุขภาพ	3(3-0-6)
GEN 1407	การเกษตรเพื่อคุณภาพชีวิต	3(3-0-6)
GEN 1408	วิถีชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในศตวรรษที่ 21	3(3-0-6)

ข. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า **92 หน่วยกิต**

1) กลุ่มวิชาแกน **18 หน่วยกิต**

ACC 1105	การบัญชีและภาษีอากรเบื้องต้น	3(3-0-6)
DIGI 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ	3(2-2-5)
ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	3(3-0-6)
HRM 1101	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
MGT 1101	องค์การและการจัดการ	3(3-0-6)
MK 1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)

2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ไม่น้อยกว่า **74 หน่วยกิต**

2.1) บังคับ 46 หน่วยกิต

FB 1101	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
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 2205	การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด	3(3-0-6)
MK 2212	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์	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 3401	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านการตลาด	3(3-0-6)
MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่	3(3-0-6)
MK 4901	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
MK 4904	สัมมนาด้านการตลาดสมัยใหม่	1(45)

2.2) เลือก ไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต

BE 1233	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 1	3(3-0-6)
BE 1234	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 2	3(3-0-6)
MK 2302	การตลาดระหว่างประเทศ	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	การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน	3(3-0-6)
MK 3304	การจัดการการขายเชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)
MK 3308	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	3(3-0-6)
MK 4401	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	3(3-0-6)
MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด	3(2-2-5)

2.3) ประสบการณ์ภาคสนาม 7 หน่วยกิต

ให้เลือกแผนใดแผนหนึ่ง ดังนี้

ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ		
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1(0-3-2)
MK 4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	6(560)
สหกิจศึกษา		
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

ปีที่ 1 / ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
GEN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป : บังคับ)	3	3	0	6
GEN XXXX	..... (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป : เลือก)	3	3	0	6
GEN XXXX	..... (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป : เลือก)	3	3	0	6
MGT 1101	องค์การและการจัดการ (กลุ่มวิชาแกน)	3	3	0	6
ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (กลุ่มวิชาแกน)	3	3	0	6
MK 1101	หลักการตลาด (กลุ่มวิชาแกน)	3	3	0	6
รวม		18	18	0	36

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 1 / ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
GEN 1307	วิศวกรสังคม (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป : บังคับ)	3	3	0	6
GEN XXXX	..... (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป : เลือก)	3	3	0	6
GEN XXXX	..... (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป : เลือก)	3	3	0	6
DIGI 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ (กลุ่มวิชาแกน)	3	2	2	5
MK 1102	พฤติกรรมผู้บริโภค (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
MK 2107	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
รวม		18	17	2	35

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 2/ ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
GEN 1402	การรู้ดิจิทัล (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป : บังคับ)	3	3	0	6
ACC 1105	การบัญชีและภาษีอากรเบื้องต้น (กลุ่มวิชาแกน)	3	3	0	6
MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และโลจิสติกส์ทางการตลาด (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
MK 2204	การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
MK 2212	การตลาดดิจิทัล (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
XXXX XXXX	..... (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก)	3	3	0	6
รวม		18	18	0	36

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 2/ ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
GEN 1404	มหัศจรรย์แห่งการคิด (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป : บังคับ)	3	3	0	6
HRM 1101	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (กลุ่มวิชาแกน)	3	3	0	6
FB 1101	การเงินธุรกิจ (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
MK 2108	การสื่อสารการตลาด (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
MK 2205	การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
XXXX XXXX	..... (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก)	3	3	0	6
รวม		18	18	0	36

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 3/ ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
MK 3310	การวางแผนการตลาด (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
MK 3311	นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
XXXX XXXX	..... (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก)	3	3	0	6
XXXX XXXX	..... (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก)	3	3	0	6
XXXX XXXX	.....(หมวดวิชาเลือกเสรี)	3	3	0	6
รวม		18	18	0	36

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 54

ปีที่ 3/ ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
MK 3401	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านการตลาด (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
XXXX XXXX	..... (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก)	3	3	0	6
XXXX XXXX	..... (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก)	3	3	0	6
XXXX XXXX	..... (หมวดวิชาเลือกเสรี)	3	3	0	6
รวม		15	15	0	30

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 45

ปีที่ 4/ ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่ (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	3	0	6
MK 4901	การวิจัยการตลาด (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	3	2	2	5
MK 4904	สัมมนาด้านการตลาดสมัยใหม่ (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ)	1	0	45 (3)	0
XXXX XXXX	..... (กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก)	3	3	0	6
MK 4801 COOP 3801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด หรือ การเตรียมสหกิจศึกษา (ประสบการณ์ภาคสนาม)	1	0	3	2
รวม		11	8	8	19

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 35

ปีที่ 4/ ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต	ทฤษฎี	ปฏิบัติ	ศึกษาด้วยตนเอง
MK 4802 COOP 4801	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด หรือ สหกิจศึกษา (ประสบการณ์ภาคสนาม)	6	0	560 (35)	0
รวม		6	0	35	0

ชั่วโมง /สัปดาห์ = 35

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

คำอธิบายรายวิชา (ภาคผนวก ก) ตารางเปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563) กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) (ภาคผนวก ข)

3.1.6 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (GELOs)						
		GELO 1	GELO 2	GELO 3	GELO 4	GELO 5	GELO 6	GELO 7
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป								
ด้านมนุษยศาสตร์ – สังคมศาสตร์								
บังคับ								
GEN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน							●
GEN 1307	วิศวกรสังคม	●	●	●		●		
เลือก								
GEN 1101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร		●					●
GEN 1103	ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้							●
GEN 1104	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน							●
GEN 1105	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน							●
GEN 1106	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน							●

42

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (GELOs)						
		GELO 1	GELO 2	GELO 3	GELO 4	GELO 5	GELO 6	GELO 7
GEN 1107	ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน							●
GEN 1108	ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน							●
GEN 1201	ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข	●		●				
GEN 1202	การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม		●					
GEN 1301	ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่		●			●		
GEN 1302	วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้			●	●			
GEN 1303	ศาสตร์พระราชา	●		●	●	●		
GEN 1305	โลกแห่งธุรกิจ			●	●		●	
GEN 1306	ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น	●				●		
GEN 1308	วัยใสใจสะอาด		●			●		

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (GELOs)						
		GELO 1	GELO 2	GELO 3	GELO 4	GELO 5	GELO 6	GELO 7
ด้านวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ – เทคโนโลยี								
บังคับ								
GEN 1402	การรู้ดิจิทัล					●	●	
GEN 1404	มหัศจรรย์แห่งการคิด			●	●			
เลือก								
GEN 1403	การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม			●	●			
GEN 1405	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน			●	●		●	
GEN 1406	อาหารเพื่อสุขภาพ			●	●			
GEN 1407	การเกษตรเพื่อคุณภาพชีวิต	●	●					
GEN 1408	วิถีชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในศตวรรษที่ 21	●		●	●	●		
รวมจำนวนรายวิชาตลอดหลักสูตร		6	6	10	8	7	3	8

3.1.7 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) หมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)												
		PLO 1			PLO 2			PLO 3			PLO 4			
		PLO 1.1	PLO 1.2	PLO 1.3	PLO 2.1	PLO 2.2	PLO 2.3	PLO 3.1	PLO 3.2	PLO 3.3	PLO 4.1	PLO 4.2	PLO 4.3	PLO 4.4
กลุ่มวิชาแกน														
ACC 1105	การบัญชีและภาษีอากรเบื้องต้น	●	●		●			●			●		●	
DIGI 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ	●	●		●			●			●		●	
ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	●	●		●			●			●		●	
HRM 1101	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	●	●		●			●			●		●	
MGT 1101	องค์การและการจัดการ	●	●		●			●			●		●	
MK 1101	หลักการตลาด	●	●		●			●			●		●	
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน														
บังคับ														
FB 1101	การเงินธุรกิจ	●	●		●	●		●			●		●	
MK 1102	พฤติกรรมผู้บริโภค	●	●		●	●		●	●		●	●	●	

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)												
		PLO 1			PLO 2			PLO 3			PLO 4			
		PLO 1.1	PLO 1.2	PLO 1.3	PLO 2.1	PLO 2.2	PLO 2.3	PLO 3.1	PLO 3.2	PLO 3.3	PLO 4.1	PLO 4.2	PLO 4.3	PLO 4.4
MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ทางการตลาด	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 2107	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 2108	การสื่อสารการตลาด	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 2204	การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด	●	●		●			●	●		●	●	●	
MK 2205	การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด	●	●		●			●	●		●	●	●	
MK 2212	การตลาดดิจิทัล	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 3310	การวางแผนการตลาด	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 3311	นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 3401	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านการตลาด	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 4901	การวิจัยการตลาด	●	●		●	●		●	●		●	●	●	
MK 4904	สัมมนาด้านการตลาดสมัยใหม่	●	●		●	●		●	●		●	●	●	

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)												
		PLO 1			PLO 2			PLO 3			PLO 4			
		PLO 1.1	PLO 1.2	PLO 1.3	PLO 2.1	PLO 2.2	PLO 2.3	PLO 3.1	PLO 3.2	PLO 3.3	PLO 4.1	PLO 4.2	PLO 4.3	PLO 4.4
เลือก														
BE 1233	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 1	●			●			●				●		
BE 1234	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 2	●			●			●				●		
MK 2302	การตลาดระหว่างประเทศ	●			●	●		●	●		●	●	●	
MK 3204	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่	●			●	●		●	●		●	●	●	
MK 3208	การตลาดบริการ	●			●	●		●	●		●	●	●	
MK 3210	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	●			●	●		●	●		●	●	●	
MK 3211	การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน	●			●	●		●	●		●	●	●	
MK 3304	การจัดการการขายเชิงสร้างสรรค์	●			●	●		●	●		●	●	●	
MK 3308	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	●			●	●		●	●		●	●	●	
MK 4401	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	●			●	●		●	●		●	●	●	
MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด	●			●	●		●	●		●	●	●	
ประสบการณ์ภาคสนาม														
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	●				●					●	●	●	
MK 4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	●	●		●	●		●	●		●	●	●	

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)												
		PLO 1			PLO 2			PLO 3			PLO 4			
		PLO 1.1	PLO 1.2	PLO 1.3	PLO 2.1	PLO 2.2	PLO 2.3	PLO 3.1	PLO 3.2	PLO 3.3	PLO 4.1	PLO 4.2	PLO 4.3	PLO 4.4
COOP 3801	การเตรียมสหกิจศึกษา	●				●					●	●	●	
COOP 4801	สหกิจศึกษา	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
รวมจำนวนรายวิชาตลอดหลักสูตร		37	27	1	33	30	1	35	26	1	28	30	37	1

หมวดที่ 4 การจัดกระบวนการเรียนรู้

1. การออกแบบกระบวนการเรียนรู้

1. กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องด้วยการฝึกการทำงานในชั้นเรียน การทำรายงานกลุ่ม การฝึกค้นคว้าหาความรู้ทางการตลาดด้วยตัวเองจากสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ จากนั้นนำเสนอรายงานหรือเวสนาในชั้นเรียนและร่วมกันอภิปราย

2. กระตุ้นให้ผู้เรียนได้รู้จักวิธีแสวงหาความรู้ และปลูกฝังให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เกิดความคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) ได้ โดยสร้างความเชื่อให้ผู้เรียนว่าสามารถทำสิ่งต่าง ๆ ได้ด้วยความใส่ใจและทุ่มเทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงฝึกฝนให้เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา และพร้อมที่จะเปิดใจรับ Feedback เพื่อการปรับปรุงและพัฒนา

3. จัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำสิ่งที่เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานนจริงได้

4. ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกระบวนการจัดการเรียนรู้และร่วมกันพัฒนาและแก้ไขกระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

5. หลักสูตรออกแบบกิจกรรมแบบ Active Learning (ผู้สอนเป็น Coach) โดยให้ผู้เรียนมีบทบาทรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตน และมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน ที่ผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกและเป็นแหล่งความรู้ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการได้คิดและลงมือปฏิบัติจริง เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย และเรียนรู้ร่วมกับบุคคลอื่น รวมทั้งมีการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ในทุกวิชาที่จัดให้เรียนรู้ผ่านเทคนิคการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตัวเอง เทคนิคการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนทำงานงานร่วมกับผู้อื่น หรือเพื่อนในชั้นเรียน และเทคนิคการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้นำเอาความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการเรียน การทำงานและในชีวิตประจำวัน

6. ฝึกการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปสร้างสรรค์นวัตกรรมและพัฒนางานได้อย่างมีระบบ

7. หลักสูตรมีการกำหนดวิธีการจัดการเรียนรู้ และกำกับติดตามผลของการจัดการเรียนรู้ตาม (CLOs) เพื่อจะนำไปสู่ผลลัพธ์การเรียนรู้ในแต่ละชั้นปี (YLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) เมื่อสำเร็จการศึกษา โดยหลักสูตรได้กำหนดผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา CLOs ของทุกวิชาให้สอดคล้องกับ PLOs ตามแนวทาง Backward Curriculum Design และมีการทบทวน PLOs ที่เป็นผลการเรียนรู้ทั่วไป (Generic Learning Outcomes) และผลการเรียนรู้

เฉพาะทาง (Subject Specific Learning Outcomes) ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนา

2. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

หลักสูตรได้สร้างกลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ หรือกิจกรรมนอกหลักสูตรของนักศึกษา เพื่อการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษาใน 2 ด้าน ดังนี้

คุณลักษณะพิเศษ (GAs)	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้หรือกิจกรรมนอกหลักสูตรของนักศึกษา	สอดคล้องกับผลลัพธ์ระดับหลักสูตร (PLOs)
GA 1 เป็นนักการตลาดมืออาชีพที่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางทฤษฎีและการปฏิบัติควบคู่กันให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมในศตวรรษที่ 21	1. ส่งเสริมให้นักศึกษามีความรู้ทางทฤษฎีและปฏิบัติที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนจากการศึกษาดูงาน การเข้ารับการอบรม หรือการค้นคว้าข้อมูล 2. ฝึกให้นักศึกษาได้ฝึกทักษะในการคิด การวิเคราะห์และ การแก้ไขปัญหาและฝึกปฏิบัติการทางการตลาดที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดและธุรกิจในการดำเนินการภายใต้หลักของความมีคุณธรรมและจริยธรรม 3. กำหนดให้นักศึกษาได้มีการค้นคว้าความรู้ใหม่ ๆ ทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจ หรือการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืน 4. สอดแทรกเนื้อหาด้านคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบธุรกิจไว้ในรายวิชาของหลักสูตร เพื่อให้นักศึกษาได้ซึมซับในคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ	PLO 1 ประยุกต์ทฤษฎีและองค์ความรู้ทางการตลาดสู่การปฏิบัติงานจริง PLO 2 เลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดเพื่อการพัฒนาตนการพัฒนางาน การตัดสินใจทางการตลาดและการประกอบธุรกิจ

คุณลักษณะพิเศษ (GAs)	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้หรือกิจกรรมนอกหลักสูตรของนักศึกษา	สอดคล้องกับผลลัพธ์ระดับหลักสูตร (PLOs)
GA 2 เป็นผู้มีความสามารถในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการตลาดสมัยใหม่	1. จัดกิจกรรมบริการวิชาการด้านการตลาดและธุรกิจแก่ชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการตลาดสมัยใหม่ 2. จัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามหลักสูตรที่ส่งเสริมให้นักศึกษามีพัฒนาการทางร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญา 3. กำหนดให้มีกิจกรรมที่นักศึกษาต้องทำงานเป็นกลุ่ม ซึ่งเป็นงานที่ต้อใช้องค์ความรู้ทางนวัตกรรมและเทคโนโนโลยีทางการตลาดหรือธุรกิจเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์	PLO3 ปฏิบัติตนตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณของนักการตลาดและการประกอบธุรกิจ PLO 4 แสดงออกถึงคุณลักษณะที่สอดรับกับบุคลิกภาพของนักการตลาดสมัยใหม่ มีความสามารถในการสื่อสาร มีภาวะผู้นำและผู้ตาม และทำงานเป็นทีมได้อย่างสร้างสรรค์

หมวดที่ 5 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตรและคณาจารย์

หลักสูตรวางแผนและตรวจสอบคุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 กำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน ภาระงานสอนที่เหมาะสม พิจารณาศักยภาพทางด้านห้องเรียน อุปกรณ์ เครื่องมือและห้องปฏิบัติการเฉพาะทางทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมถึงกำหนดคุณสมบัติและจำนวนของบุคลากรสายสนับสนุนร่วมกับคณะ สรรหาบุคลากรที่เหมาะสมเพื่อให้บริการในการจัดการเรียนการสอน แสดงถึงความพร้อมในการบริหารหลักสูตร ดังนี้

1. ภาระงานสอน หลักสูตรพิจารณาจัดให้อาจารย์ประจำหลักสูตร มีชั่วโมงสอนเฉลี่ย 12 ชั่วโมง/สัปดาห์ต่อภาคการศึกษาเป็นอย่างน้อย และไม่เกิน 2 รายวิชาในหมู่เรียนเดียวกัน โดยรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาจะเป็นไปตามแผนการเรียนการสอนตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตร โดยรายวิชาที่สอนจะพิจารณาความเหมาะสมจากคุณวุฒิ ประสบการณ์ ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์แต่ละคน และมีการประเมินการปฏิบัติงานสอนอาจารย์โดยนักศึกษาผ่านระบบการประเมินผู้สอนของมหาวิทยาลัย ที่ทำประเมินทุกรายวิชา จากนั้นนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดคุณภาพกับอาจารย์ประจำหลักสูตรและนักศึกษาต่อไป

2. ภาระงานวิจัย หลักสูตรกำหนดนโยบายส่งเสริมให้อาจารย์ประจำหลักสูตรทำงานวิจัยทางการตลาดหรือบริหารธุรกิจ ทั้งวิจัยเดี่ยวหรือรวมกลุ่มการทำวิจัย เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนให้มีความทันสมัย อย่างน้อยปีการศึกษาละ 1 เรื่อง

3. ภาระงานบริการวิชาการ หลักสูตรส่งเสริมให้อาจารย์ประจำหลักสูตรเข้าร่วมบริการวิชาการแก่สังคมและท้องถิ่น ทั้งในนามของบุคคลและทีมงาน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งเพื่อร่วมกันพัฒนาท้องถิ่นตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย

4. ภาระงานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม หลักสูตรส่งเสริมให้อาจารย์ประจำหลักสูตรเข้าร่วมงานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม อย่างน้อยปีการศึกษาละ 1 ครั้ง

1. ชื่อ – ชื่อสกุล คุณวุฒิการศึกษา สถาบันการศึกษา และปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ – ชื่อสกุล	คุณวุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์/ภาคการศึกษา				
					2568	2569	2570	2571	2572
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทธ์หทัย ตันสุหัช*	บธ.ด. (การตลาด) บธ.ม. (การตลาด) ศศ.บ. (ประวัติศาสตร์)	มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2556 2552 2548	12	12	12	12	12
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินดาภา ศรีสำราญ*	ปร.ด. (การพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชน) บธ.ม. (การตลาด) ศศ.บ. (อุตสาหกรรมท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่	2560 2543 2539	12	12	12	12	12
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ ชุมอุ่น*	บธ.ม. (การตลาด) วท.บ. (จิตวิทยา)	มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2539 2533	12	12	12	12	12
4	อาจารย์พรรณรัตน์ บุญกว้าง*	บธ.ม. (การตลาด) ศษ.บ. (ประถมศึกษา)	มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2546 2535	12	12	12	12	12
5	อาจารย์เบญจพร หนอชาย*	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2544 2540	12	12	12	12	12

หมายเหตุ : * คือ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
รับทราบให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว ในระบบ CHECO
เมื่อวันที่ - 9 ต.ค. 2568
ลงนาม.....

2. อาจารย์ผู้สอน

ลำดับ	ชื่อ – ชื่อสกุล	คุณวุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์/ภาคการศึกษา				
					2568	2569	2570	2571	2572
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทธ์หทัย ตันสุหัช	บธ.ด. (การตลาด) บธ.ม. (การตลาด) ศศ.บ. (ประวัติศาสตร์)	มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2556 2552 2548	12	12	12	12	12
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินดาภา ศรีสำราญ	ปร.ด. (การพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชน) บธ.ม. (การตลาด) ศศ.บ. (อุตสาหกรรมท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่	2560 2543 2539	12	12	12	12	12
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ ชุ่มอุ่น	บธ.ม. (การตลาด) วท.บ. (จิตวิทยา)	มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2539 2533	12	12	12	12	12
4	อาจารย์ ดร.ปะราสี เอนก	บธ.ด. (การตลาด) บธ.ม. (การตลาด) บธ.บ. (การตลาด) บธ.บ. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยพายัพ	2555 2542 2545 2537	12	12	12	12	12

ลำดับ	ชื่อ – ชื่อสกุล	คุณวุฒิการศึกษา	สถาบันการศึกษา	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์/ภาคการศึกษา				
					2568	2569	2570	2571	2572
5	อาจารย์พรรณรัตน์ บุญกว้าง	บธ.ม. (การตลาด) ศษ.บ. (ประถมศึกษา)	มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2546 2535	12	12	12	12	12
6	อาจารย์เบญจพร หน่อชาย	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2544 2540	12	12	12	12	12

3. อาจารย์พิเศษ

พิจารณาคัดเลือกโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรพิจารณาคัดเลือกอาจารย์พิเศษที่มีคุณวุฒิทางการศึกษา และตำแหน่งทางวิชาการตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565

4. ศักยภาพด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และห้องปฏิบัติการเฉพาะทาง

มหาวิทยาลัยมีหน่วยงานกลาง คือ สำนักงานอธิการบดี สำนักทะเบียนและประมวลผล สำนักหอสมุด สำนักดิจิทัลเพื่อการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการจัดสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เกี่ยวอุปกรณ์ เครื่องมือ และห้องปฏิบัติการเฉพาะทาง ดังนี้

1. การเตรียมความพร้อมทางหลักฐานทางกายภาพ ได้แก่ ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการและสภาพแวดล้อมด้านการเรียนรู้

2. การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งสนับสนุนทางการศึกษา เช่น ห้องสมุด ฐานข้อมูลทรัพยากรการเรียนรู้ วารสารวิชาการเพื่อการสืบค้น

3. การจัดพื้นที่ สถานที่สำหรับนักศึกษาและอาจารย์ได้พบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนสนทนาหรือทำงานร่วมกัน

5. บุคลากรสายสนับสนุน

คณะกรรมการบริหารหลักสูตรได้มีส่วนร่วมในการกำหนด หรือสรรหาบุคลากรสายสนับสนุนร่วมกับคณะเพื่อให้บริการการจัดการเรียนการสอน การให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา การให้บริการห้องปฏิบัติการ หรือการสนับสนุนด้านอื่น ๆ โดยการเสนอเหตุผลความจำเป็นและคุณสมบัติของบุคลากรสายสนับสนุนที่สำคัญ เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลกรสายสนุนที่มีจิตบริการที่ดีและมีความรู้และความสามารถในสายงานเป็นอย่างดี

หมวดที่ 6 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1) ต้องสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า

2) ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

ใช้ระบบคัดเลือกตามประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

2. ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

1. ปัญหาด้านพื้นฐานภาษาอังกฤษและทักษะการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาดที่แตกต่างกัน

2. ปัญหาด้านการปรับตัว เนื่องจากการเรียนในมหาวิทยาลัยที่มีรูปแบบการเรียนการสอนที่ต่างไปจากโรงเรียนในระดับมัธยม ทั้งด้านเวลาในการเข้าเรียน กิจกรรมของมหาวิทยาลัย การดูแลตนเอง รวมถึงปัญหาการปรับตัวให้เข้ากับระเบียบและกฎเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

3. กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2

1. จัดสอนเสริมเพื่อปรับความรู้พื้นฐานทางด้านภาษาอังกฤษแก่นักศึกษา และสร้างรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ทักษะการใช้ภาษาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อพัฒนาและเสริมสร้างทักษะด้านภาษาอังกฤษ รวมถึงจัดให้มีกิจกรรม หรือโครงการต่าง ๆ ที่จะช่วยเสริมสร้างทักษะการเครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาดสมัยใหม่เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนและการทำงาน

2. จัดปฐมนิเทศแก่นักศึกษาชั้นปีที่ 1 เพื่อสร้างความเข้าใจในกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ และแนวปฏิบัติในสถานศึกษา การจัดประชุมผู้ปกครอง และกิจกรรมสานสัมพันธ์รุ่นพี่และรุ่นน้อง และจัดอาจารย์ที่ปรึกษาประจำหมู่เรียนเพื่อให้คำแนะนำและปรึกษา ทั้งด้านการลงทะเบียนการเรียน การปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนในชั้นเรียนและสังคมรอบข้างและการใช้ชีวิตในยุคดิจิทัล

4. แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2568	2569	2570	2571	2572
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

5. งบประมาณตามแผน

5.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีการศึกษา				
	2568	2569	2570	2571	2572
ค่าบำรุงการศึกษา ค่าลงทะเบียน	2,100,000	4,200,000	6,300,000	8,400,000	8,400,000
เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	2,886,960	3,172,978	3,468,956	3,775,494	3,973,223
รวมรายรับ	4,986,960	7,372,978	9,768,956	12,175,494	12,373,223

5.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายจ่าย	ปีงบประมาณ				
	2568	2569	2570	2571	2572
ก. งบดำเนินการ					
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	2,766,960	2,932,978	3,108,956	3,295,494	3,493,223
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)	3,036,960	3,472,978	3,918,956	4,375,494	4,573,223

รายละเอียดรายจ่าย	ปีงบประมาณ				
	2568	2569	2570	2571	2572
ข. งบลงทุน					
ค่าครุภัณฑ์	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวม (ข)	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวม (ก) + (ข)	3,136,960	3,572,978	4,018,956	4,475,494	4,673,223
จำนวนนักศึกษา	150	300	450	600	600
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	20,913	11,910	8,931	7,459	7,789

* **หมายเหตุ** ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา ตลอดหลักสูตร 49,213 บาท
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษาต่อปี (สูงสุด) 20,913 บาท

5.3 ระบบการศึกษา

ระบบการศึกษาเป็นแบบชั้นเรียน และเป็นไปตามข้อบังคับ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557 (ภาคผนวก ง)

หมวดที่ 7 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

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

2. การวัดและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา และการเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันอุดมศึกษา

2.1 การวัดและการประเมินผลสัมฤทธิ์ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

1) หลักสูตรได้กำหนดวิธีการ เครื่องมือ ช่วงเวลาในการวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายปีของนักศึกษาเป็นรายบุคคลในรายวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษานั้นตาม YLOs ของหลักสูตร โดยการทวนสอบในระดับรายวิชาให้เป็นไปตาม CLOs ของแต่ละรายวิชา และกำหนดให้ระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา เป็นส่วนหนึ่งของระบบการประกันคุณภาพภายในระดับหลักสูตรของมหาวิทยาลัย

2) คณะกรรมการบริหารหลักสูตร นำผลการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายปีของนักศึกษา นำเข้าที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนเพื่อพัฒนานักศึกษาให้เป็นไปตาม PLOs ต่อไป

2.2 การวัดและการประเมินผลสัมฤทธิ์ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

หลักสูตรมีการวัดและการประเมินผลสัมฤทธิ์ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา โดยการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษาใช้วิธีการที่หลากหลาย เช่น เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสัมมนากลุ่มจากผู้ใช้บัณฑิต โดยเก็บข้อมูลหลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษาไปแล้วไม่เกิน 1 ปี โดยมีวิธีการขั้นตอน เครื่องมือ เกณฑ์การประเมินและผู้ที่จะต้องรับการประเมิน ดังนี้

1) การประเมินภาวะการมีงานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่สำเร็จการศึกษาในด้านระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ ความสามารถ และความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบการงานอาชีพ

2) การตรวจสอบจากผู้ประกอบการ โดยขอเข้าสัมภาษณ์หรือการส่งแบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตที่จบการศึกษา และได้เข้าไปทำงาน ในสถานประกอบการนั้น ๆ

3) การประเมินตำแหน่งงานและหรือความก้าวหน้าในสายงานของบัณฑิต

4) การประเมินจากสถานศึกษาอื่น โดยการส่งแบบสอบถาม หรือสอบถามเมื่อมีโอกาสถึงระดับความพึงพอใจในด้านความรู้ ความพร้อมและคุณสมบัติด้านอื่น ๆ ของบัณฑิตที่จะจบการศึกษา และเข้าศึกษาเพื่อปริญญาที่สูงขึ้นในสถานศึกษานั้น ๆ

5) การประเมินจากบัณฑิตที่ไปประกอบอาชีพในแง่ของความพร้อม และความรู้ที่ได้มาจากสาขาวิชาที่เรียน รวมทั้งสาขาอื่น ๆ ที่กำหนดในหลักสูตรที่เกี่ยวเนื่องกับการประกอบอาชีพของบัณฑิต รวมทั้งเปิดโอกาสให้เสนอข้อคิดเห็นในการปรับหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้น

6) ความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่มาประเมินหลักสูตร หรืออาจารย์พิเศษต่อความพร้อมของนักศึกษาในการเรียน และคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาองค์ความรู้ของนักศึกษา

2.3 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามถาบันอุดมศึกษา

ให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา และข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557 (ภาคผนวก ง) และและตารางเปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563) กับ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) (ภาคผนวก ข)

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2557

3.1 ศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครบถ้วนตามหลักสูตรโดยมีค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยตลอดหลักสูตรไม่ต่ำกว่า 2.00

3.2 ใช้เวลาศึกษาไม่เกินระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี

3.3 ไม่มีหนี้สินใด ๆ ค้างชำระต่อมหาวิทยาลัย

3.4 เงื่อนไขอื่นให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษา)

จากความต้องการที่บัณฑิตควรมีประสบการณ์ในวิชาชีพก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้น หลักสูตรได้กำหนดรายวิชาสหกิจศึกษา ซึ่งจะจัดอยู่ในกลุ่มประสบการณ์ภาคสนาม แต่ในทางปฏิบัติแล้วมีความต้องการให้นักศึกษาทุกคนลงทะเบียนรายวิชานี้ เว้นแต่กรณีที่นักศึกษามีปัญหาไม่สามารถลงทะเบียนเรียนในรายวิชาสหกิจศึกษา จึงอนุญาตให้เรียนรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด โดยองค์ประกอบของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษามีดังนี้

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

1. มาตรฐานผลการเรียนรู้ของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

ความคาดหวังในผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา ฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด (CLOs) ของนักศึกษา มีดังนี้

1.1 มีทักษะการปฏิบัติงานทางการตลาดที่ได้จากสถานประกอบการที่สามารถผสมผสานกับหลักการและทฤษฎีทางการตลาดสมัยใหม่ได้อย่างเหมาะสม

1.2 บูรณาการความรู้จากการเรียนเพื่อการตัดสินใจและการแก้ปัญหาทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการตลาดสมัยใหม่เป็นเครื่องมือได้อย่างเหมาะสม

1.3 มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้ดีทั้งในฐานะการเป็นผู้นำและการเป็นผู้ตาม

1.4 มีระเบียบวินัย มีความตรงต่อเวลา ปฏิบัติตนตามวัฒนธรรมองค์กร และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการและเพื่อนร่วมงานได้

1.5 มีความกล้าพูดและกล้าแสดงออกในทางที่ถูกต้อง และสามารถนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนางานได้

2. เกณฑ์การคัดเลือกนักศึกษา

หลักสูตรกำหนดให้การคัดเลือกนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดเป็นไปตามความสมัครใจของนักศึกษาและสถานประกอบการ และเมื่อได้รับการยืนยันการคัดเลือกนักศึกษาจากภาควิชา และแบบตอบรับรายละเอียดงานฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดจากสถานประกอบการแล้ว ภาควิชาดำเนินการส่งนักศึกษาไปรายงานตัว และ

ฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดตามวันเวลาที่คณะกำหนด โดยกำหนดคุณสมบัติพื้นฐานของนักศึกษาก่อนไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ดังนี้

2.1 ต้องผ่านเงื่อนไขรายวิชา MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

2.2 มีค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ย (GPA) ไม่ต่ำกว่า 2.00 นับถึงภาคการศึกษาสุดท้ายก่อนทำการสมัครฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

2.3 มีความประพฤติเรียบร้อย ไม่เคยผิดระเบียบวินัยนักศึกษา เว้นแต่จะได้รับความเห็นชอบจากภาควิชาและการรับรองความประพฤติจากผู้ปกครองเป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

2.4 ต้องเข้าร่วมกิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนการออกไปฝึกฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

3. ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ของปีการศึกษาที่ 4

4. การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษา ไม่น้อยกว่า 560 ชั่วโมง

5. กระบวนการวัดผลและประเมินผล

หลักสูตรใช้วิธีการประเมินผลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ดังนี้ 1) การประเมินผลจากสถานประกอบการ 2) การนิเทศก์การฝึกงาน 3) การทำรายงานภาคนิพนธ์ 4) การเข้าร่วมกิจกรรมกับศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพของคณะ โดยช่วงเวลาประเมินจะมีกระบวนการวัดผลและประเมินผลตลอดทั้งภาคการศึกษา

สหกิจศึกษา

1. มาตรฐานผลการเรียนรู้ของสหกิจศึกษา

ความคาดหวังในผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชาสหกิจศึกษา (CLOs) ของนักศึกษา มีดังนี้

1.1 มีความรู้ในหลักการ ทฤษฎี และทักษะการปฏิบัติงานทางการตลาดและสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง และเหมาะสม

1.2 คิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และแก้ปัญหาได้อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ

1.3 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคลที่มีความแตกต่างกัน และนำไปใช้ในการนำเสนองานได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1.4 บูรณาการความรู้จากการเรียนเพื่อการตัดสินใจและการแก้ปัญหาทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการตลาดสมัยใหม่เป็นเครื่องมือได้อย่างเหมาะสม

1.5 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี และเปิดกว้างต่อการรับรู้ถึงความแตกต่างของบุคคล

1.6 มีความอดทน สำนึกดี มีความสามัคคี มีวินัยและความซื่อสัตย์ สุจริต มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ รวมถึงมีความเคารพในกฎระเบียบต่าง ๆ ของสถานประกอบการ และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการและเพื่อนร่วมงานได้อย่างเหมาะสม

2. เกณฑ์การคัดเลือกนักศึกษา

หลักสูตรกำหนดให้การคัดเลือกนักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เป็นไปตามความสมัครใจของนักศึกษาและสถานประกอบการ และเมื่อได้รับการยืนยันการคัดเลือกนักศึกษาจากภาควิชาและแบบตอบรับรายละเอียดงานสหกิจศึกษาจากสถานประกอบการแล้ว ภาควิชาดำเนินการส่งนักศึกษาไปรายงานตัวและปฏิบัติสหกิจศึกษาตามวันเวลาที่คณะกำหนด โดยกำหนดคุณสมบัติพื้นฐานของนักศึกษาก่อนไปสหกิจศึกษา ดังนี้

2.1 ต้องผ่านเงื่อนไขรายวิชา COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา

2.2 มีค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ย (GPA) ไม่ต่ำกว่า 2.50 นับถึงภาคการศึกษาสุดท้ายก่อนทำการสมัครฝึกสหกิจศึกษา

2.3 ไม่อยู่ระหว่างการถูกลงโทษทางวินัย หรือไม่เคยผิดวินัยนักศึกษา ภาคทัณฑ์ หรือสั่งพักการเรียน เว้นแต่จะได้รับความเห็นชอบจากภาควิชาและการรับรองความประพฤติจากผู้ปกครองเป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

2.4 ต้องเข้าร่วมกิจกรรมเตรียมความพร้อมนักศึกษาก่อนไปฝึกสหกิจศึกษา

2.5 การฝึกสหกิจศึกษา จะต้องปฏิบัติงานเสมือนหนึ่งเป็นพนักงานชั่วคราวของสถานประกอบการนั้น และมีหน้าที่ความรับผิดชอบในงานที่แน่นอนและเป็นงานที่มีคุณภาพ และปฏิบัติตาม กฎระเบียบ ข้อบังคับ และวัฒนธรรมของสถานประกอบการ บริษัท หรือองค์กร

2.6 การจ่ายค่าตอบแทน อาจมีค่าตอบแทนตามสมควร หรือตามความเหมาะสมของสถานประกอบการ หรือจ่ายค่าตอบแทนในรูปของสวัสดิการตามที่สถานประกอบการนั้นกำหนด

3. ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ของปีการศึกษาที่ 4

4. การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษา ไม่น้อยกว่า 560 ชั่วโมง

5. กระบวนการวัดผลและประเมินผล

หลักสูตรใช้วิธีการประเมินผลในรายวิชาสหกิจศึกษา ดังนี้ 1) การประเมินผลจากสถานประกอบการ 2) การนิเทศก์การฝึกงาน 3) รายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา หรือโครงงานสหกิจศึกษา 4) การนำเสนอผลการฝึกงาน โดยช่วงเวลาประเมินจะมีกระบวนการวัดผลและประเมินผลตลอดทั้งภาคการศึกษา

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรืองานวิจัย

โครงงานหรือโครงการวิจัยด้านการตลาด ซึ่งเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องทางด้านการตลาดหรือการบริหารธุรกิจ โดยนำเอาความรู้ทางทฤษฎีมาประยุกต์ในการทำโครงงานหรือโครงการวิจัยนั้น และนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมทางการตลาดสมัยใหม่ มาประยุกต์และปรับใช้ในการจัดทำรายงานการวิจัยและการนำเสนอโครงงาน หรือโครงการวิจัย

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

โครงงานหรือโครงการวิจัยด้านการตลาดที่นักศึกษาสนใจ หรือเป็นโครงงานที่มุ่งเน้นการสร้างผลงานวิจัยเพื่อพัฒนางานด้านการตลาด สามารถอธิบายทฤษฎีที่นำมาใช้ในการทำโครงงาน ประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำโครงงาน มีขอบเขตโครงงานที่สามารถทำเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดและ มีรายงานที่ต้องนำส่งตามรูปแบบและระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

ความคาดหวังในผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา MK 4901 การวิจัยการตลาด (CLOs) ของนักศึกษา มีดังนี้

โครงงานวิจัยมุ่งให้ผู้เรียนมีผลลัพธ์การเรียนรู้ 4 ด้าน คือ ด้านความรู้ที่สามารถบูรณาการความรู้และความเข้าใจในศาสตร์การตลาดและบริหารธุรกิจ ด้านทักษะที่สามารถค้นหาข้อเท็จจริง ทำความเข้าใจและสามารถประเมินข้อมูล แนวคิดและหลักฐานใหม่จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ด้านคุณธรรมที่คำนึงถึงการทำวิจัยตลาดด้วยความมีจรรยาบรรณ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านลักษณะบุคคลที่มีบุคลิกภาพของการเป็นนักวิจัยการตลาดที่ดีและมีความน่าเชื่อถือ และสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดสมัยใหม่ในการสืบค้น และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล รวมถึงการตระหนักถึงทรัพย์สินทางปัญญาและการคัดลอกผลงาน

5.3 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 1 ของปีการศึกษาที่ 4 (รายวิชา MK 4901 การวิจัยการตลาด)

5.4 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

มีการกำหนดชั่วโมงการให้คำปรึกษา จัดทำบันทึกการให้คำปรึกษา ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงงานวิจัยทางเว็บไซต์ อีกทั้งมีตัวอย่างงานวิจัยให้ศึกษาและค้นคว้า

5.6 กระบวนการวัดผลและประเมินผล

หลักสูตรใช้วิธีการประเมินผลโดยการประเมินผลจากการเขียนโครงร่างการวิจัยที่ถูกต้อง ตามระเบียบวิธีการวิจัยประกอบด้วย ชื่อเรื่องในการวิจัย ที่มาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดของการวิจัย การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษา การอภิปรายผล การให้ข้อเสนอแนะ และเอกสารอ้างอิง โดยมีอาจารย์ผู้สอนคอยตรวจสอบดูแล ช่วยเหลือและให้ข้อเสนอแนะ ตลอดการทำโครงงานวิจัย

หมวดที่ 8 การประกันคุณภาพหลักสูตร

การกำหนดแนวทางการประกันคุณภาพหลักสูตร ดังนี้

1. หลักสูตร

1.1 คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ได้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรแบบย้อนกลับ (Backward Cuuriculum Desig) โดยศึกษาความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกในแต่ละระดับ เพื่อนำมาวิเคราะห์และกำหนดเป็นผลลัพธ์การเรียนรู้คาดหวัง (Expected Learning Outcomes: ELOs) ที่เป็นความสามารถ (Performance Based) ที่วัดได้และเจาะจงได้ ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา (GA) ผลการเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) และผลการเรียนรู้ระดับวิชา (CLOs) ซึ่งผลการเรียนรู้ระดับหลักสูตร จะใช้แนวคิดการเรียนรู้ของ Bloom Taxonomy เพื่อให้เป็นไปตาม OBE ที่กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังอย่างเหมาะสมตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ไว้อย่างน้อย 4 ด้าน ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) จริยธรรม (Ethic) และลักษณะบุคคล (Character) รวมถึงยึดตามหลักการออกแบบการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยที่ว่า เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นบนพื้นฐานศาสตร์พระราชา และพันธกิจด้านการผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพและมาตรฐานวิชาชีพตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน

1.2 คณะกรรมการบริหารหลักสูตร กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชาให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับหลักสูตร ทั้งผลลัพธ์การเรียนรู้ทั่วไปและผลลัพธ์การเรียนรู้เฉพาะทางที่ได้มาจากความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ผู้ใช้บัณฑิต ผู้ใช้แรงงาน สถานประกอบการ เครือข่ายสหกิจ สถานฝึกประสบการณ์วิชาชีพ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน รวมถึงข้อมูลความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคตที่รวบรวมจากจากบริษัทจัดหางานที่มีชื่อเสียง เช่น บริษัทลิงค์อิน จ๊อบส์ ดีบี จ็อบท็อปกัน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม อาทิ ทีดีอาร์ไอ กรมการจัดหารงาน และสภาอุตสาหรรม

1.3 คณะกรรมการบริหารหลักสูตร ได้กำหนดโครงสร้าง เนื้อหา รายละเอียดของหลักสูตร และรายวิชาที่ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี นวัตกรรม และพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และครอบคลุมความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยจะสื่อสารรายละเอียดของวิชาให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบ นอกจากนี้ หลักสูตรได้จัดทำแผนการกระจายความรับผิดชอบของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรสู่รายวิชาต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง อีกทั้งเนื้อหาหลักสูตรได้มีโครงสร้างรายวิชาที่แสดงถึงการจัดลำดับทุกรายวิชา พร้อมกับกำหนดทางเลือกให้กับผู้เรียนใน

การเลือกรายวิชาเฉพาะในวิชาเอกเลือก ทั้งนี้หลักสูตรจะมีการประเมินผลและทบทวนหลักสูตรทุกปีอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาหลักสูตรให้ได้มาตรฐานและมีความทันสมัย

2. การเรียนการสอน

หลักสูตรได้จัดการเรียนและการสอนตามปรัชญาของมหาวิทยาลัยที่ว่า "การศึกษาเป็นหัวใจของการพัฒนาท้องถิ่น" ที่สะท้อนให้เห็นได้จากกิจกรรมในการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรในแต่ชั้นปีที่หลักสูตรได้ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active Learning และกำหนดให้มีการทบทวนการจัดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทุกรายวิชา เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีผู้สอนเป็นผู้ชี้แนะ (Coach) ผู้เรียนให้พัฒนาตนเองที่สอดคล้องกับระดับความสามารถของผู้เรียน โดยมีการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลายและมีความยืดหยุ่น และปลูกฝังให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องและเรียนรู้ตลอดชีวิต และให้ผู้เรียนมีความคิดใหม่ ๆ มีความคิดสร้างสรรค์สู่การสร้างนวัตกรรม และมีแนวคิดแบบผู้ประกอบการ ตลอดจนมีการประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน ความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนการสอน และการจัดการข้อร้องเรียนเกี่ยวกับอาจารย์ผู้สอน ห้องเรียนห้องปฏิบัติการ และอื่น ๆ และนำมาปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ

3. การวัดและประเมินผลผู้เรียน

หลักสูตรมีระบบและกลไกการวัดและประเมินผลผู้เรียนตามแนวทาง OBE ที่หลากหลายและสอดคล้องกันอย่างสร้างสรรค์ โดยวิธีการประเมินผลจะมีการกำหนดเกณฑ์การประเมิน การกระจายค่าน้ำหนักการประเมิน เกณฑ์การให้คะแนน และการตัดเกรดที่มีความถูกต้อง และเป็นธรรม ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง และวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอน เช่น นโยบายการวัดและประเมินผล การตรวจสอบและติดตามความเหมาะสมของข้อสอบ/แบบทดสอบ/ Rubric/ CLO และการอุทธรณ์ผลการเรียน รวมถึงผู้สอนมี Feed Back ผลการประเมินให้ผู้เรียนอย่างเหมาะสม เพื่อช่วยเหลือและปรับปรุงการเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้ในการประเมินผู้เรียนและกระบวนการนั้น ทางหลักสูตรจะมีการทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

4. อาจารย์

4.1 การวางแผนอัตรากำลังและการพัฒนาอาจารย์

4.1.1 การวางแผนอัตรากำลัง หลักสูตรมีแผนอัตรากำลังของบุคลากรสายวิชาการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการด้านการศึกษา การวิจัย และการบริการวิชาการ โดยกำหนด

ความสามารถของอาจารย์ที่จะผลิตบัณฑิตให้บรรลุ PLOs ของหลักสูตร และอื่น ๆ ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด และกำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของอาจารย์ผู้สอนไว้อย่างชัดเจน รวมถึงมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของอาจารย์ โดยคำนึงถึงคุณธรรมจริยธรรม จรรยาบรรณทางวิชาชีพและเสรีภาพทางวิชาการ

4.1.2 การพัฒนาอาจารย์ หลักสูตรได้วางแผนพัฒนาอาจารย์ให้มีความก้าวหน้าทางผลงานทางวิชาการ ที่สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา โดยส่งเสริมให้อาจารย์ได้มีอากาสได้เพิ่มพูนความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์ในด้านการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสนับสนุนให้ศึกษาต่อ ฝึกอบรม ดูงานวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ และทักษะในการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้มีความทันสมัย ตลอดจนส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการต่าง ๆ ของคณะ และกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนในศาสตร์ทางด้านการตลาด ทั้งนี้หลักสูตรจะมีการวัดผล ติดตามและตรวจสอบภาระงานของอาจารย์เพื่อการปรับปรุงปรุงและพัฒนาคุณภาพงานด้านการศึกษา การวิจัย และการบริการวิชาการ

4.2 กระบวนการรับอาจารย์ใหม่

4.2.1 หลักสูตรพิจารณาข้อมูลการรับอาจารย์ใหม่ จากแผนอัตรากำลังกับภาระงานที่เกิดขึ้นจริง โดยคุณสมบัติอาจารย์และอาจารย์ประจำหลักสูตร ต้องเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 และมีผลงานทางวิชาการ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ตามที่หลักสูตรกำหนดไว้ และนำเสนอผ่านคณะและมหาวิทยาลัย โดยกระบวนการรับอาจารย์ใหม่ เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

4.2.2 หลักสูตรมีส่วนร่วมในการกำหนดคุณสมบัติของอาจารย์ การออกข้อสอบในวิชาเฉพาะ การสอบสอนและการสอบสัมภาษณ์

4.2.3 หลักสูตรจะแจ้งให้อาจารย์ใหม่ที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกจากทางมหาวิทยาลัยแล้ว ให้เข้าร่วมการปฐมนิเทศทั้งระดับมหาวิทยาลัยและระดับของคณะ

4.2.4 หลักสูตรจะจัดอาจารย์พี่เลี้ยงให้กับอาจารย์ใหม่ในช่วงเวลาการทดลองปฏิบัติการสอน เพื่อนำหน้าที่ให้คำปรึกษาในด้านการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ รวมทั้งมีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงานของอาจารย์ใหม่ โดยคำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม และความยุติธรรม และมีการสื่อสารให้อาจารย์ใหม่ได้ทราบถึงปลการประเมิน

5. ผู้เรียน

5.1 การพัฒนาผู้เรียน

5.1.1 กระบวนการรับนักศึกษา หลักสูตรมีการวางแผนการรับนักศึกษา โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกและคุณสมบัติของนักศึกษาให้สอดคล้องกับลักษณะของหลักสูตร ศักยภาพและความพร้อมของหลักสูตร อาจารย์ผู้สอนและทรัพยากรที่ใช้ในการเรียนการสอน โดยกำหนดแผนรับนักศึกษาไว้ ปีการศึกษาละ 150 คน จากนั้นหลักสูตรเสนอแผนรับนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัย โดยผ่านการพิจารณาและความเห็นชอบจากภาควิชาและคณะ

5.1.2 การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา หลักสูตรจัดให้มีกิจกรรมการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา เพื่อให้นักศึกษามีความพร้อมในการเรียน และสามารถสำเร็จการศึกษาได้ตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด โดยจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ทางการตลาดสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล การวางแผนการเรียนตลอดหลักสูตร วิธีการปรับตัวในการเรียน การอบรมให้ความรู้ในภาพรวมของรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด โดยนักศึกษาจะได้รับคู่มือนักศึกษาและการชี้แจงแนวทางการหาข้อมูลทางด้านการเรียน กฎระเบียบต่าง ๆ จากทางมหาวิทยาลัย

5.1.3 การแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรมีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาประจำแต่ละหมู่เรียน โดยมีกระบวนการดำเนินการ คือ พิจารณาเสนอคณะแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ และผ่านการอบรมตามเงื่อนไขของมหาวิทยาลัยและคณะ เพื่อทำหน้าที่ดังนี้

1) แนะแนวและให้คำปรึกษาด้านวิชาการแก่นักศึกษา โดยกำหนดให้อาจารย์ที่ปรึกษาจัดทำตารางการพบนักศึกษาในหมู่เรียนที่ดูแล อย่างน้อยภาคการศึกษาละ 2 ครั้ง และรายบุคคลสำหรับนักศึกษาที่มีปัญหาด้านการเรียน

2) ให้คำปรึกษาและแนะแนวทางในการใช้ชีวิตและการปรับตัวในการอยู่ร่วมกันในสังคมยุคดิจิทัล ตลอดจนควบคุมดูแลการสำเร็จการศึกษา อัตราการคงอยู่ของนักศึกษา การสำรวจข้อมูลอัตราการสำเร็จการศึกษา และอัตราบัณฑิตที่ได้งานทำ หรือการประกอบอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา ตลอดจนการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับการเรียนการสอน หรือประเด็นต่าง ๆ จากนั้นอาจารย์ที่ปรึกษารายงานข้อมูลผลต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร หรือกรรมการบริหารหลักสูตรเมื่อสิ้นภาคการศึกษา เพื่อร่วมกันพิจารณาและแก้ไขปัญหาร่วมกัน เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านการเรียนการสอน

5.1.4 การพัฒนาผู้เรียน

1) หลักสูตรจัดให้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร หรือกิจกรรมนอกหลักสูตรเพื่อการส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาด้านความรู้ ทักษะ บุคลิกลักษณะ คุณธรรมจริยธรรม ตลอดจนพัฒนาศักยภาพนักศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อการเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ ได้แก่ กิจกรรมศึกษาดูงานจากธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

2) หลักสูตรจัดโครงการเพื่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาได้พัฒนาตนและพัฒนาทักษะอาชีพ ได้แก่ โครงการอบรมนักการตลาดมืออาชีพ โครงการค่ายนักศึกษาสัมพันธ์ โครงการการเรียนรู้นอกสถานที่เพื่อพัฒนานักศึกษา โครงการพัฒนาบุคลิกภาพของนักการตลาดยุคใหม่ และโครงการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด

5.2 การประเมินผู้เรียน

หลักสูตรมีวิธีการประเมินผู้เรียนที่หลากหลาย และสอดคล้องกันอย่างสร้างสรรค์ และมีแนวทางการประเมินผู้เรียนและนโยบายการอุทธรณ์การประเมินที่ชัดเจน และมีการสื่อสารไปยังผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง และมีการให้ข้อมูลป้อนกลับแก่ผู้เรียนเกี่ยวกับการประเมินผู้เรียนที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน นอกจากนี้ยังมีการทบทวนและปรับปรุงการประเมินผู้เรียนและกระบวนการอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรม หรือตลาดแรงงาน และสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

หลักสูตรได้จัดเตรียมสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่จำเป็นต่อนักศึกษาให้ถึงพร้อมซึ่งการปรับตัวในโลกแห่งธุรกิจสมัยใหม่ ดังนี้

6.1 ห้องฝึกปฏิบัติงานด้านธุรกิจจำลอง เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการเรียนและการฝึกปฏิบัติงานทางธุรกิจจำลองของนักศึกษา

6.2 อุปกรณ์สื่อเทคโนโลยีในการปฏิบัติงานของนักศึกษาและอาจารย์สำหรับฝึกปฏิบัติงานด้านการตลาดดิจิทัล หรืองานด้านการตลาดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีการตลาดสมัยใหม่

6.3 ข้อมูลของแหล่งฝึกงาน หรือฝึกประสบการณ์ภาคสนาม ทั้งฝึกประสบการ์วิชาชีพทางการตลาด หรือสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated Education: CWIE)

นอกจากนี้ ยังมีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้จากหน่วยงานกลางของมหาวิทยาลัย ได้แก่ สำนักงานอธิการบดี สำนักทะเบียนและประมวลผล สำนักหอสมุด สำนักดิจิทัลเพื่อการศึกษาที่มีการจัดสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพ สังคม และจิตวิทยาที่เอื้อต่อการเรียน การวิจัย และการพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของนักศึกษา

7. บัณฑิต

หลักสูตรได้ติดตามผลผลิต (Output) เพื่อการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ดังนี้

7.1 รายงานอัตราการคงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา อัตราการลาออกกลางคัน และอัตราการสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด และนำข้อมูลมาวิเคาะห์เพื่อการพัฒนาคุณภาพของบัณฑิตอย่างต่อเนื่อง

7.2 รายงานการวิเคราะห์การได้งานทำของบัณฑิต การประกอบอาชีพส่วนตัว การเป็นผู้ประกอบการ และการศึกษาต่อ และนำข้อมูลมาวิเคาะห์เพื่อการพัฒนาหลักสูตร

7.3 รายงานความพึงพอใจของนายจ้างต่อการทำงานของบัณฑิตและนำข้อมูลมาวิเคาะห์เพื่อการพัฒนาหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

7.4 รายงานข้อมูลการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร จากนั้นนำมาวิเคราะหถึงการบรรลุ PLOs ของบัณฑิต เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนา การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

หมวดที่ 9 ระบบกลไกในการพัฒนาหลักสูตรและการบริหารคุณภาพ

1. ระบบกลไกการพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรมีระบบกลไกการพัฒนาหลักสูตร ดังนี้

1. ภาควิชาเสนอรายชื่อบุคคลเพื่อให้คณะแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการยกร่างหลักสูตร 1 ชุด ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาทั้งภายในและภายนอกสถาบัน ตามจำนวน ไม่น้อยกว่า 5 คน

2. ศึกษาและสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความต้องการของตลาดแรงงานทางด้านการตลาด ที่สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ และนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศ

3. หลังจากหลักสูตรผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการยกร่างหลักสูตรแล้ว หลักสูตรคณะเสนอรายชื่อบุคคลเพื่อให้มหาวิทยาลัยแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร 1 ชุด ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชา หรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาตามจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน

4. เมื่อหลักสูตรผ่านการวิพากษ์และแก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว ภาควิชาเสนอร่างหลักสูตรต่อคณะกรรมการกลั่นกรองหลักสูตรระดับคณะ และต่อคณะกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความเห็นชอบ และเมื่อกรรมการประจำคณะมีมติเห็นชอบแล้ว และได้ปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของกรรมการครบถ้วนแล้ว (ถ้ามี) จัดทำรูปเล่มเสนอคณะกรรมการกลั่นกรองหลักสูตรที่มหาวิทยาลัยกำหนด เพื่อตรวจสอบรูปแบบ โครงสร้างหลักสูตรและการพิมพ์ให้ได้มาตรฐาน ถูกต้อง สมบูรณ์

5. นำเสนอร่างหลักสูตรต่อสภาวิชาการให้ความเห็นชอบ ซึ่งหลักสูตรที่สภาวิชาการมีมติเห็นชอบแล้ว และได้ปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของกรรมการครบถ้วนแล้ว (ถ้ามี) แล้วจึงนำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่อเห็นชอบ

6. หลักสูตรที่สภามหาวิทยาลัยมีมติเห็นชอบแล้ว และได้ปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของกรรมการครบถ้วนแล้ว (ถ้ามี) จากนั้นจึงเสนอต่อ สป.อว. พิจารณารับรองต่อไป

2. แผนพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร

การปรับปรุงหลักสูตรอย่างน้อยตามรอบระยะเวลาของหลักสูตร หรือทุกรอบ 5 ปี โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตรให้ความสำคัญกับการออกแบบหลักสูตรที่มีความทันสมัย สอดรับบริบทของสภาพเศรษฐกิจ สังคม และตลาดแรงงาน ทั้งนี้หลักสูตรสามารถปรับปรุงเนื้อหาในรายวิชา ตลอดจนกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเป็นระยะ ๆ และมีการกำกับติดตามและประเมินผลหลักสูตรเพื่อให้ได้คุณภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) รวมทั้งสำรวจข้อมูลคุณภาพบัณฑิตจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อวางแผนพัฒนาหลักสูตร ดังนี้

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1. หลักสูตรดำเนินการพัฒนาบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดให้ได้มาตรฐานไม่ต่ำกว่าที่เกณฑ์ที่ สป.อว. กำหนด	1. พัฒนาหลักสูตรให้เทียบเคียงกับหลักสูตรการตลาดในระดับสากล 2. พัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยเป็นไปตามเกณฑ์ประกับคุณภาพในระดับหลักสูตร	1. เล่มหลักสูตร 2. รายงานผลการประเมินหลักสูตรตามเกณฑ์ของการประกันคุณภาพในแต่ละปีการศึกษา
2. หลักสูตรนำข้อมูลการประเมินผลการจัดการศึกษามาใช้ในการทบทวน ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของหลักสูตร เพื่อให้บรรลุมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และผู้ใช้บัณฑิตมั่นใจในบุคลากรที่มีความสามารถตรงตามความต้องการ หรือตรงตามคาดหวัง	1. ประยุกต์โมเดลการประเมินหลักสูตรของ Tyler ด้านจุดมุ่งหมายวัตถุประสงค์การจัดกิจกรรมและผลลัพธ์ของหลักสูตร	1. ผลการประเมินการใช้หลักสูตร

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
3. หลักสูตรวางแผนการควบคุมคุณภาพและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานของหลักสูตร โดยจัดประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อวางแผน ติดตาม และ ทบทวนการดำเนินงานของอาจารย์ประจำหลักสูตรและการบริหารความเสี่ยงของหลักสูตร อย่างน้อยปีการศึกษาละ 1 ครั้ง	1. สร้างสมรรถนะการเรียนรู้ของหลักสูตรให้เป็นไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับ อุดมศึกษา พ.ศ. 2565 2. วิเคราะห์ความเสี่ยงและและแผนบริหารความเสี่ยงของหลักสูตรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวัดผลกระทบของความเสี่ยง	1. รายงานผลการติดตามคุณภาพ และการควบคุมคุณภาพของอาจารย์ประจำหลักสูตร 2. รายงานการวิเคราะห์ความเสี่ยงและแผนบริหารความเสี่ยงของหลักสูตรของอาจารย์ประจำหลักสูตร
4. หลักสูตรมีระบบและกลไกในการจัดการข้อร้องเรียนและการอุธรณ์ของนักศึกษาเพื่อจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษา อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจต่อผู้ร้องเรียน	1. สร้างระบบและกลไกการจัดการข้อร้องเรียนที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม	1. รายงานการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการปัญหาข้อร้องเรียนหรือการอุทธรณ์

ภาคผนวก ก
คำอธิบายรายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. ด้านมนุษยศาสตร์ – สังคมศาสตร์

บังคับ

GEN 1102 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3(3–0–6)

English for Communication in Daily Life

การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐาน เพื่อการพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียน ในสถานการณ์ต่าง ๆ และทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสม รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร

สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

GEN 1307 วิศวกรสังคม 3(3–0–6)

Social Engineer

การพัฒนาตนเองและชุมชนท้องถิ่นโดยบทบาทและทักษะของวิศวกรสังคม การประยุกต์ใช้ศาสตร์พระราชาและภูมิปัญญาท้องถิ่น การบูรณาการองค์ความรู้แบบสหวิทยาการ ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การประสานความร่วมมือของ บุคคลและองค์กรในการออกแบบและสร้างนวัตกรรม โดยใช้การพัฒนาเชิงพื้นที่เป็นฐาน

สมรรถนะสำคัญ : ออกแบบและสร้างนวัตกรรมการพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น ตามบทบาททักษะวิศวกรสังคม โดยประยุกต์ศาสตร์พระราชาและภูมิปัญญาท้องถิ่น

เลือก

GEN 1101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3–0–6)

Thai for Communication

ทักษะในการสื่อสารภาษาไทยอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ความงดงามของภาษาในแง่มุมต่าง ๆ และประยุกต์ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ

สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาไทยเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

GEN 1103 **ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้** 3(3-0-6)

English for Learning

การอ่านภาษาอังกฤษจากบทอ่านตามสภาพจริงเพื่อการเรียนรู้ การใช้พจนานุกรม การเดาความหมายของคำศัพท์ การประกอบรูปคำ การอ่านเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ และคิดวิเคราะห์จากเรื่องที่อ่าน

สมรรถนะสำคัญ : อ่านและแปลความหมายของเนื้อหาภาษาอังกฤษรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง

GEN 1104 **ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6)

Chinese for Communication in Daily Life

การพัฒนาทักษะทางภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร

สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาจีนเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

GEN 1105 **ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6)

Korean for Communication in Daily Life

การพัฒนาทักษะทางภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร

สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาเกาหลีเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

GEN 1106 **ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6)

Japanese for Communication in Daily Life

การพัฒนาทักษะทางภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร

สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาญี่ปุ่นเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

GEN 1107 **ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6)

French for Communication in Daily Life

การพัฒนาทักษะทางภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร

สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาฝรั่งเศสเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

GEN 1108 **ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6)

Burmese for Communication in Daily Life

การพัฒนาทักษะทางภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร

สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาพม่าเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

GEN 1201 **ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข** 3(3-0-6)

Arts of Happy Living

การเรียนรู้ และปฏิบัติตามหลักปรัชญาและศาสนาด้วยจิตภาวนา เพื่อความเข้าใจในมนุษย์ สังคม โลก และธรรมชาติ การสร้างสุนทรียะในชีวิต ให้เกิดความสมดุลทั้งด้านกาย ใจ อารมณ์ เพื่อความสงบสุขและสันติภาพอย่างยั่งยืน

สมรรถนะสำคัญ : ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ และดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข

GEN 1202 **การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม** 3(3-0-6)

Personality and Social Etiquette Development

ความหมาย ความสำคัญ ขอบเขต พัฒนาการและทฤษฎีบุคลิกภาพ การเป็นผู้นำและสร้างภาวะผู้นำ การพัฒนาทักษะการทำงาน การติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานเป็นทีม การดูแลรูปลักษณ์ การแต่งกาย การพัฒนาอารมณ์และจิตใจ การเพิ่มความมั่นใจและความกล้าแสดงออก มารยาทการเข้าสังคม การวิเคราะห์และประเมินตนเอง รวมทั้งวางแผนพัฒนาตนเอง หลักการดำเนินชีวิตและคุณธรรมในสังคมที่หลากหลาย

สมรรถนะสำคัญ : ปฏิบัติตน วางตัว ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม กับสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

GEN 1301 **ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่** 3(3-0-6)

Chiang Mai Rajabhat Identity

ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ภายใต้วิถีล้านนา อัตลักษณ์ของราชภัฏเชียงใหม่ การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม การปลูกฝังความสำนึกการเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ความภาคภูมิใจของการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การสร้างความตระหนักและสำนึกในความเป็นไทย การเสริมสร้างคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

สมรรถนะสำคัญ : ปฏิบัติตนเป็นคนดี จงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ รักษาเกียรติภูมิของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

GEN 1302 **วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้** 3(3-0-6)

Knowledge Transfer Methodology

หลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับวิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้ รูปแบบและเทคนิคที่ทันสมัยในการถ่ายทอดความรู้ในศตวรรษที่ 21การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ ศิลปะการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ การบูรณาการองค์ความรู้สู่การถ่ายทอดอย่างเหมาะสมต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

สมรรถนะสำคัญ : ใช้เทคนิควิธีการที่หลากหลายในการถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ

GEN 1303 **ศาสตร์พระราชา** 3(3-0-6)

The King's Philosophy

ที่มาของศาสตร์พระราชา แนวทางการเรียนรู้ศาสตร์พระราชา 5 มิติ ประกอบด้วย มิติเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา มิติภูมิสังคม มิติหลักการทรงงาน 23 ข้อ มิติสร้างคนด้วยการศึกษาและการเรียนรู้ และมิติหลัก 3 ป. หัวใจของศาสตร์พระราชา ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิต เพื่อการพัฒนาคนให้อยู่ร่วมกับสรรพสิ่งได้อย่างเป็นสุขและยั่งยืน

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้แนวทางศาสตร์พระราชาเป็นปรัชญานำทางในการดำเนินชีวิตและปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

GEN 1305 โลกแห่งธุรกิจ 3(3-0-6)

World of Business

เปิดโลกธุรกิจให้เห็นถึงแนวโน้มธุรกิจตามกระแสโลก สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ กลไกทางเศรษฐกิจ สถานการณ์เศรษฐกิจของไทยและของโลก วิธีการจัดการธุรกิจ การบริหารพนักงาน ธุรกิจดิจิทัล การวางแผนและควบคุมกำไร โดยศึกษาจากธุรกิจที่น่าสนใจ

สมรรถนะสำคัญ : วิเคราะห์ประเภทและรูปแบบการประกอบธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบัน และประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ได้หลากหลาย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก

GEN 1306 ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น 3(3-0-6)

Citizenship and Local Development

การพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้โดยเน้นการทำกิจกรรม (Active Learning) ให้เป็นพลเมืองที่ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของความเป็นพลเมืองตามหลักประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาค และคุณลักษณะที่ดีของความเป็นพลเมือง การเสริมสร้างจิตสาธารณะ ความรับผิดชอบต่อสังคม จิตอาสากับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การปฏิบัติการเรียนรู้ชุมชน ภาคสนาม การจัดทำโครงงานเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

สมรรถนะสำคัญ : ปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดี รู้จักหน้าที่และความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกสาธารณะ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม

GEN 1308 วัยใสใจสะอาด 3(3-0-6)

Youngster with Good Heart

โครงสร้างสังคมและระบบการเมืองการปกครองไทย กฎหมายรัฐธรรมนูญและกฎหมายในชีวิตประจำวันที่น่าสนใจ การทุจริตในสังคมไทย ความหมายของการทุจริต ประเภท รูปแบบ ปัจจัยและผลกระทบที่เกิดจากการทุจริต กฎหมายและหลักธรรมาภิบาลที่ก่อให้เกิดเจตคติและจิตสำนึก ความเป็นพลเมืองดี การสร้างสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต

สมรรถนะสำคัญ: เคารพกฎหมายและปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคมไม่เพิกเฉยกับการทุจริตในทุกรูปแบบ

2. ด้านวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ – เทคโนโลยี

บังคับ

GEN 1402 การรู้ดิจิทัล 3(3-0-6)

Digital Literacy

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้งานดิจิทัล สิทธิและความรับผิดชอบ ความสามารถในการค้นหาและเลือกข้อมูล การสื่อสารที่มีประสิทธิผล การรู้สารสนเทศ ความรู้ความเข้าใจและการเข้าถึงสื่อดิจิทัล ความปลอดภัยทางอิเล็กทรอนิกส์ แนวปฏิบัติในสังคมดิจิทัลและกฎหมายดิจิทัล

สมรรถนะสำคัญ : แสวงหาความรู้ผ่านสื่อดิจิทัล พัฒนาสื่อดิจิทัลตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ใช้โปรแกรมพื้นฐาน และงานสื่อดิจิทัลได้อย่างปลอดภัย

GEN 1404 มหัศจรรย์แห่งการคิด 3(3-0-6)

Miracle of Thinking

ความหมาย หลักการ คุณค่า แนวคิด ที่มาและธรรมชาติของการคิด การพัฒนาการคิด การคิดเชิงระบบ การคิดเชิงวิพากษ์ และการคิดเชิงวิเคราะห์ การอธิบายทฤษฎีหมวก 6 ใบที่เกี่ยวข้องกับการคิด การเชื่อมโยงความคิด/การผูกเรื่อง การเขียน การทำตัวอย่างหรือกรณีศึกษาการแก้ปัญหาโดยวิธีการคิดเชิงระบบ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สังคม บริหารจัดการ สิ่งแวดล้อมและอื่น ๆ

สมรรถนะสำคัญ: มีทักษะการคิดเชิงระบบ การคิดเชิงวิพากษ์ การคิดเชิงวิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

เลือก

GEN 1403 **การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม** 3(3–0–6)

Holistic Health Care

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

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้หลักการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมเพื่อดูแลสุขภาวะตนเองได้อย่างเหมาะสม

GEN1405 **วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน** 3(3–0–6)

Science and Technology in Daily Life

ความสำคัญของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พัฒนาการของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการจัดการสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน การใช้สารเคมีและความรู้เกี่ยวกับพิสิกส์ในชีวิตประจำวัน เทคโนโลยีอุตสาหกรรมในท้องถิ่น สังคมและโลก

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการดำรงชีวิตประจำวันได้

GEN 1406 **อาหารเพื่อสุขภาพ** 3(3–0–6)

Food for Health

ความสัมพันธ์ของอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารและโภชนาการสำหรับบุคคลในวัยต่าง ๆ อาหารบำบัดโรคหรือโภชนาบำบัด อาหารและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้าน การเลือกบริโภคอาหารและการอ่านฉลากโภชนาการ โรคและอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารไม่ปลอดภัย อาหารล้างพิษ อาหารชะลอความชราและต้านอนุมูลอิสระ และการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านอาหารได้อย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการ

GEN 1407 **การเกษตรเพื่อคุณภาพชีวิต** 3(3-0-6)

Agriculture for Quality of Life

ความสำคัญของการเกษตรกับการดำรงชีวิตของมนุษยชาติ การเกษตรเพื่อพึ่งพาตนเอง การปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์แบบเกษตรปลอดภัย การบูรณาการเกษตรกับศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการเกษตรได้อย่างเหมาะสมทั้งในชีวิตประจำวันและการสร้างอาชีพ

GEN 1408 **วิถีชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในศตวรรษที่ 21** 3(3-0-6)

Circular Lifestyle for the 21st Century

ความสำคัญ ความรู้ ความตระหนักถึงวิกฤตของปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาพภูมิอากาศ และสภาวะด้านอากาศ การเรียนรู้เพื่ออยู่กับธรรมชาติ ระบบความคิดเชิงวิเคราะห์ ตลอดจนวัฏจักรชีวิต เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมสู่การเป็นต้นแบบการเป็นพลเมืองที่ดีของประเทศและโลก รวมทั้งสามารถถ่ายทอดแนวคิดไปยังผู้อื่นได้

สมรรถนะสำคัญ: มีทักษะการคิดวิเคราะห์ ด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาที่ยั่งยืน และถ่ายทอดแนวคิดไปยังผู้อื่นได้

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

1) กลุ่มวิชาแกน

ACC 1105 การบัญชีและภาษีอากรเบื้องต้น 3(3-0-6)

Introduction to Accounting and Taxation

ความหมายและกรอบแนวคิดสำหรับรายงานทางการเงิน ประวัติและวัตถุประสงค์ของการบัญชี หลักการบันทึกบัญชีตามระบบบัญชีคู่ การบันทึกบัญชีในสมุดรายวันทั่วไป การผ่านรายการไปยังสมุดบัญชีแยกประเภททั่วไป งบทดลอง กระดาษทำการ งบการเงิน การปรับปรุงบัญชีและการปิดบัญชีของธุรกิจให้บริการ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีอากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีธุรกิจเฉพาะ

สมรรถนะสำคัญ : อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการทางการบัญชีและคำนวณภาษีอากรได้อย่างถูกต้องตามประมวลรัษฎากร

DIGI 1201 การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ 3(2-2-5)

Application of Computer Programs for Business Documentation

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

สมรรถนะสำคัญ : ใช้โปรแกรมประมวล ผลคำ สเปรดชีต และนำเสนอ เพื่อสร้างเอกสาร ตารางงานและนำเสนองานทางธุรกิจได้ในระดับดี โดยใช้รูปแบบที่ถูกต้อง

ECON 1103 **เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น** 3(3-0-6)

Introduction to Economics

แนวคิดพื้นฐานของเศรษฐศาสตร์จุลภาคและมหภาคปัจจัยกำหนดอุปสงค์และอุปทานของสินค้า ความยืดหยุ่น การผลิตและต้นทุนการผลิต ลักษณะตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ การคำนวณผลิตภัณฑ์มวลรวมและตัวชี้วัดทางเศรษฐศาสตร์มหภาค การเงินการธนาคารและการคลังในชีวิตประจำวัน การค้าและการเงินระหว่างประเทศที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจและปัญหาเศรษฐกิจที่สำคัญ

สมรรถนะสำคัญ : อธิบายความรู้พื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและปรับตัวรับกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม

HRM 1101 **การจัดการทรัพยากรมนุษย์** 3(3-0-6)

Human Resource Management

ความเป็นมาในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ขอบข่ายหน้าที่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทุนมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การจ่ายผลตอบแทน การสร้างความผูกพันต่อองค์กร ระบบสารสนเทศ และจริยธรรม

สมรรถนะสำคัญ: อธิบายความเป็นมาและความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ขอบข่ายหน้าที่ กระบวนการในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และปฏิบัติตามหลักจริยธรรมได้อย่างเหมาะสม

MGT 1101 **องค์การและการจัดการ** 3(3-0-6)

Organization and Management

บทบาทและความสำคัญ วัตถุประสงค์ และประเภทขององค์การ แนวคิดทฤษฎีองค์การ ผู้บริหารและทักษะการจัดการ ศาสตร์และศิลป์ในการจัดการ หลักการจัดการและกระบวนการจัดการที่สำคัญ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ การจูงใจ และการควบคุมการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายและนโยบายที่ตั้งไว้

สมรรถนะสำคัญ: จำแนกประเภทขององค์การ และสรุปกระบวนการจัดการได้ตามศาสตร์การจัดการ

MK 1101 **หลักการตลาด** 3(3-0-6)

Principles of Marketing

บทบาทและความสำคัญของการตลาดในยุคดิจิทัล ประเภทตลาด แนวคิดพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด หน้าที่ทางการตลาด แรงจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบบสารสนเทศทางการตลาด เทคโนโลยีทางการตลาดดิจิทัล การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาดและการลาดดิจิทัล การตลาดบริการ การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวิจัยการตลาดเบื้องต้น และจริยธรรมของนักการตลาด

สมรรถนะสำคัญ : อธิบายสิ่งแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานการตลาดได้

2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน

2.1) บังคับ

FB 1101 **การเงินธุรกิจ** 3(3-0-6)

Business Finance

ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของผู้บริหารการเงิน หลักเบื้องต้นในการบริหารทางการเงินของธุรกิจ รวมทั้งตลาดการเงิน ตราสารทางการเงินและการประเมินมูลค่า การวิเคราะห์ทางการเงิน การจัดหาเงินทุนระยะสั้นและระยะยาว การบริหารสินทรัพย์หมุนเวียน มูลค่าของเงินตามเวลา งบประมาณการลงทุน และนโยบายการจ่ายเงินปันผล

สมรรถนะสำคัญ : สรุปบทบาทและหน้าที่ของผู้บริหารการเงิน และประยุกต์ใช้หลักและเทคนิคในการบริหารการเงินของธุรกิจได้อย่างถูกต้อง

MK 1102 **พฤติกรรมผู้บริโภค** 3(3-0-6)

Consumer Behaviors

บทบาท ความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ การเดินทางของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลและการประยุกต์ใช้พฤติกรรมผู้บริโภคในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

สมรรถนะสำคัญ: วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างถูกต้องและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจได้

MK 2104 **การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย** 3(3–0–6)

และโลจิสติกส์ทางการตลาด

Management of Distribution Channels and Marketing Logistics

ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่าย การออกแบบและการวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการตลาดสมัยใหม่ การสรรหา การคัดเลือก การควบคุม และการประเมินคนกลางในระบบการจัดจำหน่าย ความสำคัญของโลจิสติกส์ที่มีต่อธุรกิจ เทคโนโลยีสำหรับโลจิสติกส์ การจัดการศูนย์กระจายสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการการขนส่ง และการบริหารความสัมพันธ์ในงานโลจิสติกส์ และซัพพลายเชนในธุรกิจยุคดิจิทัล

สมรรถนะสำคัญ : วางแผน วิเคราะห์ ประเมินและคัดเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย และวางแผนโลจิสติกส์ในธุรกิจยุคดิจิทัลได้ถูกต้องและสร้างสรรค์

MK 2107 **การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา** 3(3–0–6)

Product and Pricing Management

ทักษะการจัดการผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ทักษะการคิดแบบองค์รวมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการสายผลิตภัณฑ์ การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ การจัดการตราสินค้า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ การบริหารราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านราคา หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคาโดยใช้โปรแกรมพื้นฐาน หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตั้งราคาโดยคำนึงถึงหลักคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ และมีทักษะกลยุทธ์การกำหนดราคาโดยใช้โปรแกรมพื้นฐาน ได้อย่างมีคุณภาพ

MK 2108 **การสื่อสารการตลาด** 3(3-0-6)

Marketing Communication

ลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ทฤษฎีการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผ่านเครื่องมือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย การตลาดทางตรง การตลาดดิจิทัล การตลาดเชิงเนื้อหา การตลาดเชิงกิจกรรม การนำเครื่องมือสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาด ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวัดประสิทธิภาพเครื่องมือสื่อสารการตลาด กฎหมายและจริยธรรมด้านการสื่อสารการตลาด

สมรรถนะสำคัญ : นำเครื่องมือสื่อสารการตลาดร่วมสมัยมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจในปัจจุบันได้

MK 2204 **การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด** 3(3-0-6)

English Communication for Marketers

คำศัพท์ สำนวนภาษา ทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกิจกรรมทางการตลาด และการนำเสนองานด้านการตลาดต่อหน้าผู้ฟังเป็นภาษาอังกฤษ

สมรรถนะสำคัญ: ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

MK 2205 **การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด** 3(3-0-6)

Personality Development for Marketers

ความสำคัญของบุคลิกภาพ เทคนิคการพัฒนาตนเอง การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลิกภาพภายในและภายนอก การวางตนและมารยาทในการเข้าสังคม และบุคลิกภาพกับการนำเสนองานในกิจกรรมทางการตลาด

สมรรถนะสำคัญ: ปฏิบัติตนและแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมในการเข้าสังคม การทำงาน และการนำเสนองานในกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

MK 2212 การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)

Digital Marketing

รูปแบบและประเภทของการตลาดดิจิทัล การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการตลาด การใช้บริการโฆษณาออนไลน์ การวิเคราะห์เว็บไซต์และวิธีการทำให้เว็บไซต์ติดหน้าแรกบนผลลัพธ์ของการสืบค้น การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาและผ่านอีเมล์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและเอไอเพื่อสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลและสร้างช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ กฎหมายและภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การนำเทคนิคและเครื่องมือการตลาดดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการตัดสินใจในการจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้วยหลักคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้เทคนิคและเครื่องมือการตลาดดิจิทัลในการวางแผนและการตัดสินใจเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจำหน่ายสินค้าและบริการที่สอดคล้องต่อความต้องการของตลาดได้

MK 3303 การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์ 3(3-0-6)

Creative Brand Management

บทบาทและความสำคัญของผู้บริหารตราสินค้าในยุคดิจิทัล องค์ประกอบของตราสินค้า การออกแบบตราสินค้า การสร้างชื่อ โลโก้ เครื่องหมายการค้า สโลแกนและบรรจุภัณฑ์ของตราสินค้า การวางตำแหน่งตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ บุคลิกภาพ และแก่นแท้ของตราสินค้า การสร้างคอนเทนต์และเรื่องเล่าของตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์และดิจิทัลแพลตฟอร์ม กลยุทธ์ตราสินค้า การวัดมูลค่าตราสินค้า การประเมินคุณค่าตราสินค้า การสร้างตราสินค้าที่ยั่งยืน และจรรยาบรรณของผู้สร้างตราสินค้า

สมรรถนะสำคัญ : ออกแบบองค์ประกอบของตราสินค้า และสร้างตราสินค้าต้นแบบได้อย่างสร้างสรรค์ และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารตราสินค้าได้อย่างเหมาะสม

MK 3309 การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(3–0–6)

Strategic Marketing Management

ความสำคัญของการจัดการการตลาดในธุรกิจยุคดิจิทัล หน้าที่ ความรับผิดชอบและจรรยาบรรณของผู้บริหารงานการตลาด การคิดเชิงสร้างสรรค์และเชิงออกแบบทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การแข่งขันและโอกาสทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก การใช้เทคโนโลยีและเอไอเพื่องานการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ การวิจัยตลาดเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ การตลาดสีเขียว และการตลาดที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการประเมินผลและการควบคุมทางการตลาดเพื่อความยั่งยืน

สมรรถนะสำคัญ : วางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการตลาดดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

MK 3310 การวางแผนการตลาด 3(3–0–6)

Marketing Planning

ความสำคัญและกระบวนการเขียนแผนการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์การตลาด การควบคุมทางการตลาด และการนำเสนอแผนการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

สมรรถนะสำคัญ : วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ทางการตลาดได้ เขียนแผนการตลาดที่เหมาะสมกับลักษณะและสถานการณ์ของธุรกิจ และนำเสนอแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์ได้ตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ

MK 3311 นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 3(3–0–6)

Creative Marketing Innovations

แนวคิดนวัตกรรมการตลาด ทฤษฎีและตัวแบบนวัตกรรม การจัดการนวัตกรรมร่วมสมัย แนวคิดใหม่ในการจัดการนวัตกรรม การคิดเชิงสร้างสรรค์ทางการตลาด การคิดเชิงออกแบบเพื่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ การพัฒนาทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์นวัตกรรมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน

สมรรถนะสำคัญ : นำความรู้ด้านนวัตกรรมทางการตลาดไปวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนและท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

MK 3401 **การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านการตลาด** 3(3-0-6)

Data Analysis for Marketing Decisions

บทบาทและความสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกทางการตลาด ลักษณะของข้อมูลขนาดใหญ่ การนำเทคโนโลยีทางการตลาดสมัยใหม่และเอไอมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด กระบวนการจัดการข้อมูลทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การทำเหมืองข้อมูลทางการตลาด การตัดสินใจทางการตลาดและการทำการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและจริยธรรม ความรับผิดชอบ และการรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

สมรรถนะสำคัญ: วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการตลาดหรือทางธุรกิจมาใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

MK 4308 **การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่** 3(3-0-6)

Marketing for New Startup

รูปแบบการประกอบธุรกิจในยุคดิจิทัล แนวคิดและทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการ การบริหารธุรกิจในสภาวะแวดล้อมที่ผันผวนและเปลี่ยนแปลง กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ บุคลิกภาพและจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดและเอไอเพื่องานทางธุรกิจ การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า คู่แข่งขัน และความเป็นไปได้ทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กลยุทธ์การตลาดและกลยุทธ์ตราสินค้า โมเดลธุรกิจเพื่อความยั่งยืน การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ การนำเสนอธุรกิจแก่ลูกค้าและนักลงทุน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ และความมีคุณธรรมและจริยธรรมในวิชาชีพของผู้ประกอบการ

สมรรถนะสำคัญ: สร้างโมเดลธุรกิจสตาร์ทอัพและนำเสนอแก่ลูกค้าและนักลงทุนได้อย่างน่าสนใจ

MK 4901 **การวิจัยการตลาด** 3(2-2-5)

Marketing Research

บทบาทและความสำคัญของการวิจัยทางการตลาดที่มีต่อธุรกิจ ประเภทของการวิจัยทางการตลาด เครื่องมือทำการวิจัยทางการตลาด สถิติเพื่อการวิจัยทางการตลาด การออกแบบวิจัยทางการตลาด การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปรผล และการเขียนรายงานวิจัย การจัดทำข้อเสนอโครงงานวิจัยทางด้านการตลาดที่ถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย และการนำผลการวิจัยทางการตลาดไปประยุกต์ใช้

สมรรถนะสำคัญ : ทำวิจัยการตลาดเพื่อประยุกต์ใช้ในวิชาชีพหรือการประกอบอาชีพทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

MK 4904 **สัมมนาด้านการตลาดสมัยใหม่**

Seminar in Modern Marketing

การนำเสนอ การถ่ายทอด และการอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน หรือประเด็นที่น่าสนใจทางการตลาด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อคิดเห็นในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตลาด การจัดโครงการสัมมนาทางการตลาดในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ และการสรุปผลการจัดสัมมนาการตลาด

สมรรถนะสำคัญ : นำความรู้และทฤษฎีด้านการตลาดไปใช้ในการวางแผนการตลาด การตัดสินใจทางการตลาด และการแก้ไขปัญหาทางการตลาดอย่างมีระบบ

2.2) เลือก

BE 1233 **ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 1** 3(3-0-6)

English for Business Communication 1

ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษและโครงสร้างประโยคที่ใช้ในทางธุรกิจ การฝึกทักษะการพูดและทักษะการฟังระดับเบื้องต้นสำหรับการสื่อสารแบบทางการและไม่เป็นทางการ ทักษะการอ่านเอกสารธุรกิจและทักษะการเขียนทางธุรกิจเบื้องต้น การกรอกใบสมัครงาน และการเขียนประวัติย่อ

สมรรถนะสำคัญ: ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง

BE 1234 **ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 2** 3(3-0-6)

English for Business Communication 2

ไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคที่ใช้ในทางธุรกิจ การฝึกทักษะการพูดและการฟังสำหรับการจัดการคำขอและข้อร้องเรียนของลูกค้า การเจรจา และการพูดในที่สาธารณะ การอ่านและวิเคราะห์เอกสารธุรกิจ การเขียนตอบการร้องเรียน การใช้ AI เพื่อเพิ่มคุณภาพและความแม่นยำในการเขียน

สมรรถนะสำคัญ: ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

MK 2302 **การตลาดระหว่างประเทศ** 3(3-0-6)

International Marketing

ความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศ ระบบสารสนเทศเพื่อการตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างประเทศ ผลิตภัณฑ์กับการตลาดระหว่างประเทศ ราคากับการตลาดระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การสื่อสารทางการตลาดระหว่างประเทศ และแนวโน้มการตลาดระหว่างประเทศ

สมรรถนะสำคัญ : ใช้องค์ความรู้การตลาดระหว่างประเทศในการพัฒนางานด้านการตลาดระหว่างประเทศเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

MK 3204 **การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่** 3(3-0-6)

Modern Retail Management

ประเภท และลักษณะพื้นฐานของธุรกิจค้าปลีก ประเภทของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ สภาพแวดล้อมและการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก กฎหมายสำหรับการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีก พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลในธุรกิจค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การบริหารจัดการส่วนหน้าร้าน การดำเนินงานของธุรกิจแบบไม่มีหน้าร้าน การส่งเสริมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก การสื่อสารในธุรกิจค้าปลีก การบริหารงานด้านโลจิสติกส์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศในธุรกิจค้าปลีก และการปรับตัวของธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ในอนาคต

สมรรถนะสำคัญ: ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพการณ์ทางธุรกิจได้

MK 3208 **การตลาดบริการ** 3(3-0-6)

Service Marketing

ประเภท ลักษณะและขอบเขตของตลาดบริการ บุคลิกภาพและทักษะของการเป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและอุปสงค์ของตลาดบริการ พฤติกรรมผู้ใช้บริการ การบริหารกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการสร้างสรรค์งานบริการ การบริหารประสบการณ์ของลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า การปรับปรุงและการรักษาคุณภาพการบริการ การรับประกันการบริการ การวัดความพึงพอใจของลูกค้า และการพัฒนานวัตกรรมของการตลาดบริการในยุคดิจิทัล

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะการบริการสมัยใหม่เพื่อพัฒนางานบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

MK 3210 **การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม** 3(3-0-6)

Marketing for Society and Environment

แนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้มีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์กว้างไกล เข้าใจและเห็นคุณค่าของตนเอง ผู้อื่นสังคม ศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ การวางแผนและดำเนินโครงการการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณ มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิตและมีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะ เป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคม

สมรรถนะสำคัญ : วางแผนและดำเนินโครงการการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะและเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคม

MK 3211 **การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน** 3(3-0-6)

Online Marketing for Community Products

การประยุกต์และสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ จากการตลาดออนไลน์สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น กระบวนการจัดการการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กลยุทธ์การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แนวทางการสร้างองค์ความรู้จากเทคโนโลยีสมัยใหม่สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาในท้องถิ่น และแนวทางการแก้ไขปัญหาทางการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

สมรรถนะสำคัญ: ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างช่องทางการขายใหม่ ๆ ให้กับผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

MK 3304 **การจัดการการขายเชิงสร้างสรรค์** 3(3-0-6)

Creative Sales Management

แนวคิด ทฤษฎีการจัดการการขาย บทบาทการขายกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กระบวนการจัดการการขาย การพัฒนาองค์การขาย การวางแผนกลยุทธ์การขาย การบริหารทีมงานขายเชิงสร้างสรรค์ การควบคุมและประเมินผลการขาย เทคนิคการขายยุคดิจิทัล และจริยธรรมในวิชาชีพการขาย

สมรรถนะสำคัญ : เชื่อมโยง ปรับใช้ และต่อยอดความรู้ทางการจัดการการขายสู่การพัฒนางานการขายที่สร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลได้อย่างน่าสนใจและแปลกใหม่

MK 3308 **การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว** 3(3-0-6)

Marketing for Tourism

แนวคิดการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การวางแผนการเดินทางและการท่องเที่ยว การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยว การวางแผนจัดนำเที่ยว การจัดการการสำรองที่พัก การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การวางแผนการให้บริการด้านการท่องเที่ยว การประยุกต์ทฤษฎีทางการตลาดกับธุรกิจท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับการเลือกใช้เครื่องมือการตลาดสมัยใหม่

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ทฤษฎีทางการตลาดกับธุรกิจท่องเที่ยวได้อย่างสร้างสรรค์

MK 4401 **ระบบสารสนเทศทางการตลาด** 3(3-0-6)

Marketing Information Systems

ความหมายและความสำคัญของระบบสารสนเทศทางการตลาด ประเภทและองค์ประกอบของระบบสารสนเทศทางการตาด แนวโน้มที่มีความจำเป็นต่อสารสนเทศทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาดภายในและภายนอกองค์กร ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด การพยากรณ์การขาย และการควบคุมค่าใช้จ่าย ระบบวิเคราะห์และสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด การนำระบบสารสนเทศและโปรแกรมทางธุรกิจมาปะยุกต์ใช้ในการตัดสินใจทางการตลาดและการควบคุมทางการตลาด และคุณธรรมจริยธรรมในการใช้สารสนเทศในงานธุรกิจ

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ สารสนเทศทางการตลาดสมัยใหม่ เพื่อการวิเคราะห์การตัดสินใจและการควบคุมทางการตลาดเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

MK 4903 **หัวข้อพิเศษทางการตลาด** 3(2-2-5)

Special Topics in Marketing

การวิเคราะห์ การวางแผนและการสังเคราะห์กรณีศึกษาทางการตลาด ประเด็นหัวข้อพิเศษทางการตลาดที่กำลังได้รับความสนใจและมีผลต่อการขับเคลื่อนการตลาดในยุคปัจจุบัน การบูรณาการองค์ความรู้ทฤษฎีทางการตลาดเพื่อการพัฒนางานด้านการตลาด และเทคนิคการประยุกต์กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับการดำเนินธุรกิจ

สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์องค์ความรู้ทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด และการดำเนินงานด้านการตลาดในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

MK 4801 **การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด** 1(0-3-2)

Preparation for Field Experience in Marketing

การประยุกต์หลักการและทฤษฎีทางการตลาด การเขียนแผนธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงานและการประกันสังคม มารยาทการเข้าสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการสมัครงานและการสัมภาษณ์งาน การเตรียมพร้อมด้านการใช้ทักษะภาษาต่างประเทศ การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการตลาดสำหรับการพัฒนางานทางด้านการตลาด และการเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ

สมรรถนะสำคัญ : บูรณาการและประยุกต์ใช้ความรู้ทางการตลาดเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพจริง

MK 4802 **การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด** 6(560)

Field Experience in Marketing

รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา

MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการของหน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชน ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์นิเทศ โดยฝึกประสบการณ์วิชาชีพและกำหนดให้ทำภาคนิพนธ์และการนำเสนองานภาคนิพนธ์ต่ออาจารย์นิเทศ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้และประสบการณ์ใหม่เกี่ยวกับงานด้านการตลาด

สมรรถนะสำคัญ : บูรณาการความรู้ทางการตลาดทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติสู่การทำงานในสถานประกอบการได้อย่างสร้างสรรค์และมีคุณภาพ

COOP 3801 **การเตรียมสหกิจศึกษา** 1(0–3–2)

Cooperative Education Preparation

หลักการ แนวคิดและปรัชญาสหกิจศึกษา กระบวนการและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับ ระบบสหกิจศึกษา ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ เตรียมความพร้อมก่อนการออกฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ในด้านการปรับตัวในสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม โครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงานและ ทรัพย์สินทางปัญญา การเสริมทักษะและจริยธรรมในวิชาชีพ การเขียนโครงงานหรือผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงานทางวิชาการและการนำเสนองาน โดยมีกระบวนการอบรมสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมง

สมรรถนะสำคัญ: บูรณาการความรู้ และมีทักษะการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม พร้อม ปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง

COOP 4801 **สหกิจศึกษา** 6(560)

Cooperative Education

รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพตามสาขาวิชาในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ เสมือนหนึ่งเป็นพนักงานชั่วคราวเต็มเวลา การปฏิบัติงานตามภาระงานที่ได้รับมอบหมายหรือการทำโครงงานตามสาขาวิชา การเขียนรายงานผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงาน โครงงานและการนำเสนอโครงงานตามคำแนะนำของพนักงานที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา คุณธรรมจริยธรรมในวิชาชีพ มีลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน

สมรรถนะสำคัญ: ปฏิบัติงานในสถานประกอบการได้เสมือนเป็นพนักงานในสถานประกอบการ

ภาคผนวก ข

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
ชื่อหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด Bachelor of Business Administration Program in Marketing ชื่อปริญญาและสาขาวิชา บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) Bachelor of Business Administration (Marketing) ชื่อย่อ บธ.บ. (การตลาด) B.B.A. (Marketing)	ชื่อหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด Bachelor of Business Administration Program in Marketing ชื่อปริญญาและสาขาวิชา บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) Bachelor of Business Administration (Marketing) ชื่อย่อ บธ.บ. (การตลาด) B.B.A. (Marketing)	ไม่มีการเปลี่ยนแปลง
จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 130 หน่วยกิต **ก. หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต** 1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร 9 หน่วยกิต 2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต 3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 9 หน่วยกิต 4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 9 หน่วยกิต	**จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 122 หน่วยกิต** **ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต** 1) ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต 2) ด้านวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์-ทคโนโลยี ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต	1. ปรับจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาศึกษาทั่วไปจากเดิม 30 หน่วยกิต เป็น 24 หน่วยกิต 2. ปรับจำนวนหน่วยกิตในหมวดวิชาเฉพาะจากเดิม 94 หน่วยกิต เป็น 92 หน่วยกิต 3. ปรับชื่อกลุ่มจากเดิมกลุ่มพื้นฐานวิชาชีพเป็นกลุ่มวิชาแกน และปรับจำนวนหน่วยกิตจากเดิม 33 หน่วยกิต เป็น 18 หน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568			เหตุผล
ข. หมวดวิชาเฉพาะ	**94**	**หน่วยกิต**	**ข. หมวดวิชาเฉพาะ**	**92**	**หน่วยกิต**	4. ปรับชื่อกลุ่มจากเดิมกลุ่มวิชาชีพ เป็นกลุ่มวิชาเฉพาะด้าน และปรับจำนวนหน่วยกิตจากเดิม 61 หน่วยกิต เป็น 74 หน่วยกิต 5. ปรับจำนวนหน่วยกิตในกลุ่มวิชาบังคับจาก 33 หน่วยกิต เป็น 46 หน่วยกิต
1) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	33	หน่วยกิต	1) กลุ่มวิชาแกน	18	หน่วยกิต	
2) กลุ่มวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า	61	หน่วยกิต	2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ไม่น้อยกว่า	74	หน่วยกิต	
2.1) บังคับ	33	หน่วยกิต	2.1) บังคับ	46	หน่วยกิต	
2.2) เลือก ไม่น้อยกว่า	21	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**	

ตารางเปรียบเทียบรายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563) กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567
กลุ่มวิชาภาษา		
GEN 1101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	ย้ายไปกลุ่มบังคับด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1103	ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1104	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1105	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1106	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1107	ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1108	ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์		
GEN 1201	ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1202	การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์		
GEN 1301	ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1302	วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์
GEN 1303	ศาสตร์พระราชา	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	
GEN 1304	การป้องกันและต่อต้านการทุจริต	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์	
GEN 1305	โลกแห่งธุรกิจ	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์	
GEN 1306	ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านมนุษย์ศาสตร์ – สังคมศาสตร์	
กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์			
GEN 1401	การคิดและการตัดสินใจ		
GEN 1402	การรู้ดิจิทัล	ย้ายไปกลุ่มบังคับด้านวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ – เทคโนโลยี	
GEN 1403	การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม	ย้ายไปกลุ่มเลือกด้านวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ – เทคโนโลยี	
		ด้านมนุษยศาสตร์ – สังคมศาสตร์	
		บังคับ	
GEN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	GEN 1102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
		GEN 1307	วิศวกรสังคม
		เลือก	
GEN 1101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	GEN 1101	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
GEN 1103	ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้	GEN 1103	ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้
GEN 1104	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	GEN 1104	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
GEN 1105	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	GEN 1105	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
GEN 1106	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	GEN 1106	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
GEN 1107	ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	GEN 1107	ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน
GEN 1108	ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสาร	GEN 1108	ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสาร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	
	ในชีวิตประจำวัน		ในชีวิตประจำวัน
GEN 1201	ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข	GEN 1201	ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข
GEN 1202	การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม	GEN 1202	การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม
GEN 1301	ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่	GEN 1301	ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่
GEN 1302	วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้	GEN 1302	วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้
GEN 1303	ศาสตร์พระราชา	GEN 1303	ศาสตร์พระราชา
GEN 1304	การป้องกันและต่อต้านการทุจริต	GEN 1308	วัยใสใจสะอาด
GEN 1305	โลกแห่งธุรกิจ	GEN 1305	โลกแห่งธุรกิจ
GEN 1306	ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น	GEN 1306	ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น
		ด้านวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ – เทคโนโลยี	
		บังคับ	
GEN 1402	การรู้ดิจิทัล	GEN 1402	การรู้ดิจิทัล
		GEN 1404	มหัศจรรย์แห่งการคิด
		เลือก	
GEN 1403	การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม	GEN 1403	การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม
		GEN 1405	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน
		GEN 1406	อาหารเพื่อสุขภาพ
		GEN 1407	การเกษตรเพื่อคุณภาพชีวิต
		GEN 1408	วิถีชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในศตวรรษที่ 21

หมวดวิชาเฉพาะ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	
กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ		**กลุ่มวิชาแกน**	
ACC 1105	การบัญชีเบื้องต้นและภาษีอากร	ACC 1105	การบัญชีและภาษีอากรเบื้องต้น
DIGI 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ	DIGI 1201	การประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ
ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	ECON 1103	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น
FB 1101	การเงินธุรกิจ	ย้ายไปกลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ	
HRM 1101	การบริหารทรัพยากรมนุษย์	HRM 1101	การจัดการทรัพยากรมนุษย์
LB 1604	กฎหมายธุรกิจ		
MGT 1101	องค์การและการจัดการ	MGT 1101	องค์การและการจัดการ
MGT 2103	การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน		
MGT 4101	จริยธรรมทางธุรกิจ		
MK 1101	หลักการตลาด	MK 1101	หลักการตลาด
STAT 2404	สถิติธุรกิจ		
บังคับ		**บังคับ**	
FB 1101	การเงินธุรกิจ	FB 1101	การเงินธุรกิจ
MK 1102	พฤติกรรมผู้บริโภค	MK 1102	พฤติกรรมผู้บริโภค
MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ทางการตลาด	MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ทางการตลาด
MK 2107	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	MK 2107	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา
MK 2108	การสื่อสารการตลาด	MK 2108	การสื่อสารการตลาด
MK 2204	การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด	MK 2204	การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด
		MK 2205	การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด
MK 3212	การตลาดดิจิทัล	MK 2212	การตลาดดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	
MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์	MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์
MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์
MK 3310	การวางแผนการตลาด	MK 3310	การวางแผนการตลาด
MK 3311	นวัตกรรมทางการตลาด เชิงสร้างสรรค์	MK 3311	นวัตกรรมทางการตลาด เชิงสร้างสรรค์
		MK 3401	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ด้านการตลาด
MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่	MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่
MK 4901	การวิจัยการตลาด	MK 4901	การวิจัยการตลาด
MK 4902	สัมมนาทางการตลาด		
		MK 4904	สัมมนาด้านการตลาดสมัยใหม่
เลือก		**เลือก**	
ENG 1501	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	BE 1233	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ทางธุรกิจ 1
ENG 1502	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	BE 1234	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ทางธุรกิจ 2
MK 3204	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่	MK 3204	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่
MK 3208	การตลาดบริการ	MK 3208	การตลาดบริการ
MK 3210	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	MK 3210	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
MK 3211	การตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	MK 3211	การตลาดออนไลน์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน
MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์	ย้ายไปอยู่กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ	
MK 3304	การจัดการการขาย	MK 3304	การจัดการการขายเชิงสร้างสรรค์
MK 3308	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	MK 3308	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
MK 4305	การตลาดระหว่างประเทศ	MK 2302	การตลาดระหว่างประเทศ
MK 4307	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ทางการตลาด		

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	
MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่	ย้ายไปกลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ	
MK 4401	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	MK 4401	ระบบสารสนเทศทางการตลาด
MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด	MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด
ประสบการณ์ภาคสนาม		**ประสบการณ์ภาคสนาม**	
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด
MK 4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	MK 4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด
COOP 3801	การเตรียมสหกิจศึกษา	COOP 3801	การเตรียมสหกิจศึกษา
COOP 4801	สหกิจศึกษา	COOP 4801	สหกิจศึกษา

ตารางเปรียบเทียบคำอธิบายรายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563 กับหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568
ตารางเปรียบเทียบ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. 2562 กับ พ.ศ. 2567

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
กลุ่มวิชาภาษา		
กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์		
กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์		
กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์		
GEN 1401 การคิดและการตัดสินใจ 3(3-0-6) Thinking and Decision Making หลักการและกระบวนการคิดของมนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร โดยการใช้หลักตรรกะ การใช้เหตุผล การคิดเชิงตัวเลข กระบวนการตัดสินใจ ทฤษฎีการตัดสินใจ เพื่อสามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างถูกต้อง		ตัดรายวิชานี้ออกเนื่องจากได้มีการพัฒนารายวิชาใหม่ GEN 1404 มหัศจรรย์แห่งการคิด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	ด้านมนุษยศาสตร์ – สังคมศาสตร์	
	บังคับ	
GEN 1102 **ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6) English for Communication in Daily Life การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐาน เพื่อการพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียน ในสถานการณ์ต่าง ๆ และทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสม รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	GEN 1102 **ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6) English for Communication in Daily Life การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐานเพื่อการพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียน ในสถานการณ์ต่าง ๆ และทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสม รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	GEN 1307 วิศวกรสังคม 3(3-0-6) Social Engineer การพัฒนาตนเองและชุมชนท้องถิ่นโดยบทบาทและทักษะของวิศวกรสังคม การประยุกต์ใช้ศาสตร์พระราชาและภูมิปัญญาท้องถิ่น การบูรณาการองค์ความรู้ แบบสหวิทยาการ ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การประสานความร่วมมือของ บุคคลและองค์กรในการ ออกแบบและสร้างนวัตกรรม โดยใช้การพัฒนาเชิงพื้นที่เป็นฐาน สมรรถนะสำคัญ : ออกแบบและสร้างนวัตกรรมการพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น ตามบทบาททักษะวิศวกรสังคม โดยประยุกต์ศาสตร์พระราชาและภูมิปัญญาท้องถิ่น	รายวิชาใหม่ สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถออกแบบและสร้างนวัตกรรมการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นตามบทบาททักษะวิศวกรสังคมโดยใช้การพัฒนาเชิงพื้นที่เป็นฐาน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	เลือก	
GEN 1101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) Thai for Communication ทักษะในการสื่อสารภาษาไทยอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ความงดงามของภาษาในแง่มุมต่าง ๆ และประยุกต์ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ	GEN 1101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) Thai for Communication ทักษะในการสื่อสารภาษาไทยอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ความงดงามของภาษาในแง่มุมต่าง ๆ และประยุกต์ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาไทยเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา
GEN 1103 ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้ 3(3-0-6) English for Learning การอ่านภาษาอังกฤษจากบทอ่านตามสภาพจริงเพื่อการเรียนรู้ การใช้พจนานุกรม การเดาความหมายของคำศัพท์ การประกอบรูปคำ การอ่านเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ และคิดวิเคราะห์จากเรื่องที่อ่าน	GEN 1103 ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนรู้ 3(3-0-6) English for Learning การอ่านภาษาอังกฤษจากบทอ่านตามสภาพจริงเพื่อการเรียนรู้ การใช้พจนานุกรม การเดาความหมายของคำศัพท์ การประกอบรูปคำ การอ่านเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ และคิดวิเคราะห์จากเรื่องที่อ่าน สมรรถนะสำคัญ : อ่านและแปลความหมายของเนื้อหาภาษาอังกฤษรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1104 **ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6) Chinese for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	GEN 1104 **ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6) Chinese for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาจีนเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา
GEN 1105 **ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6) Korean for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	GEN 1105 **ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6) Korean for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาเกาหลีเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1106 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน Japanese for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	GEN 1106 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน Japanese for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาญี่ปุ่นเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา
GEN 1107 ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน French for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	GEN 1107 ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) ในชีวิตประจำวัน French for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาฝรั่งเศสเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1108 **ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6) Burmese for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	GEN 1108 **ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน** 3(3-0-6) Burmese for Communication in Daily Life การพัฒนาทักษะทางภาษาพม่าเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียนเบื้องต้น ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมบูรณาการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร สมรรถนะสำคัญ : ใช้ภาษาพม่าเพื่อสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา
GEN 1201 **ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข** 3(3-0-6) Arts of Happy Living การเรียนรู้ และปฏิบัติตามหลักปรัชญาและศาสนาด้วยจิตภาวนา เพื่อความเข้าใจ ในมนุษย์ สังคม โลก และธรรมชาติ การสร้างสุนทรียะในชีวิต ให้เกิดความสมดุลทั้งด้านกาย ใจ อารมณ์ เพื่อความสงบสุขและสันติภาพอย่างยั่งยืน	GEN 1201 **ศิลปะการใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข** 3(3-0-6) Arts of Happy Living การเรียนรู้ และปฏิบัติตามหลักปรัชญาและศาสนาด้วยจิตภาวนา เพื่อความเข้าใจ ในมนุษย์ สังคม โลก และธรรมชาติ การสร้างสุนทรียะในชีวิต ให้เกิดความสมดุลทั้งด้านกาย ใจ อารมณ์ เพื่อความสงบสุขและสันติภาพอย่างยั่งยืน สมรรถนะสำคัญ : ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ และดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1202 **การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม** 3(3-0-6) Personality and Social Etiquette Development ความหมาย ความสำคัญ ขอบเขต พัฒนาการและทฤษฎีบุคลิกภาพ การเป็นผู้นำ และสร้างภาวะผู้นำ การพัฒนาทักษะการทำงาน การติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานเป็นทีม การดูแลรูปลักษณ์ การแต่งกาย การพัฒนาอารมณ์และจิตใจ การเพิ่มความมั่นใจและความกล้าแสดงออก มารยาทการเข้าสังคม การวิเคราะห์และประเมินตนเอง รวมทั้งวางแผนพัฒนาตนเอง หลักการดำเนินชีวิตและคุณธรรมในสังคมที่หลากหลาย	GEN 1202 **การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม** 3(3-0-6) Personality and Social Etiquette Development ความหมาย ความสำคัญ ขอบเขต พัฒนาการและทฤษฎีบุคลิกภาพ การเป็นผู้นำ และสร้างภาวะผู้นำ การพัฒนาทักษะการทำงาน การติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานเป็นทีม การดูแลรูปลักษณ์ การแต่งกาย การพัฒนาอารมณ์และจิตใจ การเพิ่มความมั่นใจและความกล้าแสดงออก มารยาทการเข้าสังคม การวิเคราะห์และประเมินตนเอง รวมทั้งวางแผนพัฒนาตนเอง หลักการดำเนินชีวิตและคุณธรรมในสังคมที่หลากหลาย สมรรถนะสำคัญ : ปฏิบัติตน วางตัว ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม กับสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1301 **ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่** 3(3-0-6) Chiang Mai Rajabhat Identity ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ภายใต้วิถีล้านนา อัตลักษณ์ของราชภัฏเชียงใหม่ การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม การปลูกฝังความสำนึกการเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ความภาคภูมิใจของการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การสร้างความตระหนักและสำนึกในความเป็นไทย การเสริมสร้างคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	GEN 1301 **ความเป็นราชภัฏเชียงใหม่** 3(3-0-6) Chiang Mai Rajabhat Identity ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ภายใต้วิถีล้านนา อัตลักษณ์ของราชภัฏเชียงใหม่ การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม การปลูกฝังความสำนึกการเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ความภาคภูมิใจของการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การสร้างความตระหนักและสำนึกในความเป็นไทย การเสริมสร้างคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ สมรรถนะสำคัญ : ปฏิบัติตนเป็นคนดี จงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ รักษาเกียรติภูมิของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1302 วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้ 3(3-0-6) Knowledge Transfer Methodology หลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับวิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้ รูปแบบและเทคนิคที่ทันสมัยในการถ่ายทอดความรู้ในศตวรรษที่ 21การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ ศิลปะการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ การบูรณาการองค์ความรู้สู่การถ่ายทอดอย่างเหมาะสมต่อสถานการณ์ปัจจุบัน	GEN 1302 วิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้ 3(3-0-6) Knowledge Transfer Methodology หลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับวิธีวิทยาการถ่ายทอดความรู้ รูปแบบและเทคนิคที่ทันสมัยในการถ่ายทอดความรู้ในศตวรรษที่ 21การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ ศิลปะการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ การบูรณาการองค์ความรู้สู่การถ่ายทอดอย่างเหมาะสม ต่อสถานการณ์ปัจจุบัน สมรรถนะสำคัญ : ใช้เทคนิควิธีการที่หลากหลายในการถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1303 ศาสตร์พระราชา 3(3-0-6) The King's Philosophy ที่มาของศาสตร์พระราชา แนวทางการเรียนรู้ศาสตร์พระราชา 5 มิติ ประกอบด้วย มิติเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา มิติภูมิสังคม มิติหลักการทรงงาน 23 ข้อ มิติสร้างคนด้วยการศึกษาและการเรียนรู้ และมิติหลัก 3 ป. หัวใจของศาสตร์พระราชา ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิต เพื่อการพัฒนาคนให้อยู่ร่วมกับสรรพสิ่งได้อย่างเป็นสุขและยั่งยืน	GEN 1303 ศาสตร์พระราชา 3(3-0-6) The King's Philosophy ที่มาของศาสตร์พระราชา แนวทางการเรียนรู้ศาสตร์พระราชา 5 มิติ ประกอบด้วย มิติเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา มิติภูมิสังคม มิติหลักการทรงงาน 23 ข้อ มิติสร้างคนด้วยการศึกษาและการเรียนรู้ และมิติหลัก 3 ป. หัวใจของศาสตร์พระราชา ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิต เพื่อการพัฒนาคนให้อยู่ร่วมกับสรรพสิ่งได้อย่างเป็นสุขและยั่งยืน สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้แนวทางศาสตร์พระราชาเป็นปรัชญานำทางในการดำเนินชีวิตและปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1304 **การป้องกันและการต่อต้านการทุจริต** 3(3-0-6) **Preventing and Resisting Corruption** โครงสร้างสังคมและระบบการเมืองการปกครองไทย กฎหมายรัฐธรรมนูญและกฎหมายในชีวิตประจำวันที่น่าสนใจ การทุจริตในสังคมไทย ความหมายของการทุจริต ประเภท รูปแบบ ปัจจัยและผลกระทบที่เกิดจากการทุจริต กฎหมายและหลักธรรมาภิบาลที่ก่อให้เกิดเจตคติและจิตสำนึก ความเป็นพลเมืองดี การสร้างสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต	GEN 1308 **วัยใสใจสะอาด** 3(3-0-6) **Youngster with Good Heart** โครงสร้างสังคมและระบบการเมืองการปกครองไทย กฎหมายรัฐธรรมนูญและกฎหมายในชีวิตประจำวันที่น่าสนใจ การทุจริตในสังคมไทย ความหมายของการทุจริต ประเภท รูปแบบ ปัจจัยและผลกระทบที่เกิดจากการทุจริต กฎหมายและหลักธรรมาภิบาลที่ก่อให้เกิด เจตคติและจิตสำนึก ความเป็นพลเมืองดี การสร้างสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต สมรรถนะสำคัญ: เคารพกฎหมายและปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคมไม่เพิกเฉยกับการทุจริตในทุกรูปแบบ	1. ปรับรหัสวิชา 2. ปรับชื่อวิชา 3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1305 โลกแห่งธุรกิจ 3(3-0-6) World of Business เปิดโลกธุรกิจให้เห็นถึงแนวโน้มธุรกิจตามกระแสโลก สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ กลไกทางเศรษฐกิจ สถานการณ์เศรษฐกิจของไทยและของโลก วิธีการจัดการธุรกิจ การบริหารพนักงาน ธุรกิจดิจิทัล การวางแผนและควบคุมกำไร โดยศึกษาจากธุรกิจที่น่าสนใจ	GEN 1305 โลกแห่งธุรกิจ 3(3-0-6) World of Business เปิดโลกธุรกิจให้เห็นถึงแนวโน้มธุรกิจตามกระแสโลก สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ กลไกทางเศรษฐกิจ สถานการณ์เศรษฐกิจของไทยและของโลก วิธีการจัดการธุรกิจ การบริหารพนักงาน ธุรกิจดิจิทัล การวางแผนและควบคุมกำไร โดยศึกษาจากธุรกิจที่น่าสนใจ สมรรถนะสำคัญ : วิเคราะห์ประเภทและรูปแบบการประกอบธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบัน และประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ได้หลากหลาย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
GEN 1306 ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น 3(3-0-6) **Citizenship and Local Development** การพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้โดยเน้นการทำกิจกรรม (Active Learning) ให้เป็นพลเมืองที่ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของ ความเป็นพลเมืองตามหลักประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาค และคุณลักษณะที่ดีของความเป็นพลเมือง การเสริมสร้างจิตสาธารณะ ความรับผิดชอบต่อสังคม จิตอาสากับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การปฏิบัติการเรียนรู้ชุมชนภาคสนาม การจัดทำโครงงานเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น	**GEN 1306 ความเป็นพลเมืองกับการพัฒนาท้องถิ่น 3(3-0-6)** **Citizenship and Local Development** การพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้โดยเน้นการทำกิจกรรม (Active Learning) ให้เป็นพลเมืองที่ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของความเป็นพลเมืองตามหลักประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาค และคุณลักษณะที่ดีของความเป็นพลเมือง การเสริมสร้างจิตสาธารณะ ความรับผิดชอบต่อสังคม จิตอาสากับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การปฏิบัติการเรียนรู้ชุมชนภาคสนาม การจัดทำโครงงานเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น สมรรถนะสำคัญ : ปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดี รู้จักหน้าที่และความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกสาธารณะ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	ด้านวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ – เทคโนโลยี	
	บังคับ	
GEN 1402 การรู้ดิจิทัล 3(3–0–6) Digital Literacy แนวคิดเกี่ยวกับการใช้งานดิจิทัล สิทธิและความรับผิดชอบ ความสามารถในการค้นหาและเลือกข้อมูล การสื่อสารที่มีประสิทธิผล การรู้สารสนเทศ ความรู้ความเข้าใจและการเข้าถึงสื่อดิจิทัล ความปลอดภัยทางอิเล็กทรอนิกส์ แนวปฏิบัติในสังคมดิจิทัลและกฎหมายดิจิทัล	**GEN 1402 การรู้ดิจิทัล** 3(3–0–6) Digital Literacy แนวคิดเกี่ยวกับการใช้งานดิจิทัล สิทธิและความรับผิดชอบ ความสามารถในการค้นหาและเลือกข้อมูล การสื่อสารที่มีประสิทธิผล การรู้สารสนเทศ ความรู้ความเข้าใจและการเข้าถึงสื่อดิจิทัล ความปลอดภัยทางอิเล็กทรอนิกส์ แนวปฏิบัติในสังคมดิจิทัลและกฎหมายดิจิทัล สมรรถนะสำคัญ : แสวงหาความรู้ผ่านสื่อดิจิทัล พัฒนาสื่อดิจิทัลตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ใช้โปรแกรมพื้นฐาน และงานสื่อดิจิทัลได้อย่างปลอดภัย	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	GEN 1404 **มหัศจรรย์แห่งการคิด** 3(3-0-6) Miracle of Thinking ความหมาย หลักการ คุณค่า แนวคิด ที่มาและธรรมชาติของการคิดการพัฒนาการคิด การคิดเชิงระบบ การคิดเชิงวิพากษ์ และการคิดเชิงวิเคราะห์ การอธิบายทฤษฎีหมวก 6 ใบที่เกี่ยวข้องกับการคิด การเชื่อมโยงความคิด/การผูกเรื่อง การเขียน การทำตัวอย่างหรือกรณีศึกษาการแก้ปัญหาโดยวิธีการคิดเชิงระบบ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สังคม บริหารจัดการ สิ่งแวดล้อมและอื่น ๆ สมรรถนะสำคัญ: มีทักษะการคิดเชิงระบบ การคิดเชิงวิพากษ์ การคิดเชิงวิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้	รายวิชาใหม่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะการคิดเชิงระบบ การคิดเชิงวิพากษ์ การคิดเชิงวิเคราะห์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	เลือก	
GEN 1403 การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม 3(3-0-6) Holistic Health Care การดูแลสุขภาวะที่ให้ความสำคัญในความเป็นองค์รวมของทุกมิติ อันได้แก่ ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และจิตวิญญาณ ให้มีความสัมพันธ์กันอย่างสมดุลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการมีสุขภาวะที่ดี ความหมายและความสำคัญของสุขภาพ อนามัยส่วนบุคคล การดูแลสุขภาพระดับครอบครัว และชุมชน การดูแลสุขภาพกายและใจ การออกกำลังกาย การเลือกกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ การจัดโปรแกรมฝึกการออกกำลังกายให้เหมาะสม การตรวจสอบสุขภาพทางกาย โภชนาการกับการออกกำลังกาย อาหารและโภชนาการสำหรับบุคคลในวัยต่าง ๆ โรคและอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารไม่ปลอดภัย	GEN 1403 การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม 3(3-0-6) Holistic Health Care การดูแลสุขภาวะที่ให้ความสำคัญในความเป็นองค์รวมของทุกมิติ อันได้แก่ ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และจิตวิญญาณ ให้มีความสัมพันธ์กันอย่างสมดุลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการมีสุขภาวะที่ดี ความหมายและความสำคัญของสุขภาพ อนามัยส่วนบุคคล การดูแลสุขภาพระดับครอบครัวและชุมชน การดูแลสุขภาพกายและใจ การออกกำลังกาย การเลือกกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ การจัดโปรแกรมฝึกการออกกำลังกายให้เหมาะสม การตรวจสอบสุขภาพทางกาย โภชนาการกับการออกกำลังกาย อาหารและโภชนาการสำหรับบุคคลในวัยต่าง ๆ โรคและอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารไม่ปลอดภัย สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้หลักการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมเพื่อดูแลสุขภาวะตนเองได้อย่างเหมาะสม	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	GEN 1405 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน 3(3-0-6) Science and Technology in Daily Life ความสำคัญของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พัฒนาการของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการจัดการสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน การใช้สารเคมีและความรู้เกี่ยวกับฟิสิกส์ในชีวิตประจำวัน เทคโนโลยีอุตสาหกรรมในท้องถิ่น สังคม และโลก สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการดำรงชีวิตประจำวันได้	รายวิชาใหม่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ด้าน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	GEN 1406 **อาหารเพื่อสุขภาพ** 3(3-0-6) Food for Health ความสัมพันธ์ของอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารและโภชนาการสำหรับบุคคลในวัยต่าง ๆ อาหารบำบัดโรคหรือโภชนาบำบัด อาหารและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้าน การเลือกบริโภคอาหารและการอ่านฉลากโภชนาการ โรคและอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารไม่ปลอดภัย อาหารล้างพิษ อาหารชะลอความชราและต้านอนุมูลอิสระ และการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านอาหารได้อย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการ	รายวิชาใหม่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ด้านอาหารและโภชนาการสำหรับบุคคลในวัยต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	GEN 1407 **การเกษตรเพื่อคุณภาพชีวิต** 3(3-0-6) Agriculture for Quality of Life ความสำคัญของการเกษตรกับการดำรงชีวิตของมนุษยชาติ การเกษตรเพื่อพึ่งพาตนเอง การปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์แบบเกษตรปลอดภัย การบูรณาการเกษตรกับศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการเกษตรได้อย่างเหมาะสมทั้งในชีวิตประจำวันและการสร้างอาชีพ	รายวิชาใหม่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ด้านการเกษตรไปประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567	เหตุผล
	GEN 1408 **วิถีชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในศตวรรษที่ 21** 3(3-0-6) Circular Lifestyle for the 21st Century ความสำคัญ ความรู้ ความตระหนักถึงวิกฤตของปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาพภูมิอากาศ และสภาวะด้านอากาศ การเรียนรู้เพื่ออยู่กับธรรมชาติ ระบบความคิดเชิงวิเคราะห์ ตลอดจนวัฏจักรชีวิต เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมสู่การเป็นต้นแบบการเป็นพลเมืองที่ดีของประเทศและโลก รวมทั้งสามารถถ่ายทอดแนวคิดไปยังผู้อื่นได้ สมรรถนะสำคัญ: มีทักษะการคิดวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาที่ยั่งยืน และถ่ายทอดแนวคิดไปยังผู้อื่นได้	รายวิชาใหม่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้และมีทัศนคติการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

ตารางเปรียบเทียบคำอธิบายรายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563) กับ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568) หมวดวิชาเฉพาะ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ	**กลุ่มวิชาแกน**	
ACC 1105 **การบัญชีเบื้องต้นและภาษีอากร** 3(3-0-6) Introduction of Accounting and Taxation ความหมาย วัตถุประสงค์ของการบัญชี ประโยชน์ข้อมูลทางการบัญชี หลักการบัญชีคู่ การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไป บัญชีแยกประเภท การปรับปรุงรายการและปิดบัญชีเมื่อสิ้นงวด การจัดทำงบทดลอง การจัดทำกระดาษทำการ การจัดทำงบการเงิน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีอากรธุรกิจ ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีหัก ณ ที่จ่าย ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ACC 1105 **การบัญชีและภาษีอากรเบื้องต้น** 3(3-0-6) Introduction to Accounting and Taxation ความหมายและกรอบแนวคิดสำหรับรายงานทางการเงิน ประวัติและวัตถุประสงค์ของการบัญชี หลักการบันทึกบัญชีตามระบบบัญชีคู่ การบันทึกบัญชีในสมุดรายวันทั่วไป การผ่านรายการไปยังสมุดบัญชีแยกประเภททั่วไป งบทดลอง กระดาษทำการ งบการเงิน การปรับปรุงบัญชีและการปิดบัญชีของธุรกิจให้บริการ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีอากร ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีธุรกิจเฉพาะ สมรรถนะสำคัญ : อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการทางการบัญชีและคำนวณภาษีอากรได้อย่างถูกต้องตามประมวลรัษฎากร	1. ปรับชื่อวิชา จากการบัญชีเบื้องต้นและภาษีอากร เป็นการบัญชีและภาษีอากรเบื้องต้น 2. ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มเนื้อหาให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดมาตรฐานการรายงานทางการเงินและหลักเกณฑ์ตามประมวลรัษฎากรที่เป็นปัจจุบัน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
		3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
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 หลักการนำเสนองานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประยุกต์ใช้โปรแกรมนำเสนอเพื่อการผลิตสื่อ	DIGI 1201 **การประยุกต์ใช้โปรแกรม** 3(2-2-5) **คอมพิวเตอร์เพื่องานเอกสารทางธุรกิจ** Application of Computer Programs for Business Documentation โปรแกรมประมวลผลคำ การสร้างรูปแบบหนังสือราชการ บันทึกข้อความ จดหมายธุรกิจ จดหมายเวียน ปฏิบัติการพิมพ์เอกสารตามรูปแบบ การประยุกต์สร้างชิ้นงานเอกสาร การเริ่มใช้โปรแกรมสเปรดชีต ส่วนประกอบของโปรแกรมสเปรดชีต การป้อนและการจัดรูปแบบข้อมูล การสร้างสูตรและการใช้ฟังก์ชันในการคำนวณ การปรับแก้ข้อมูล การจัดการข้อมูลในตารางงาน การเชื่อมโยงระหว่างเอกสาร การออกแบบรายงานในรูปแบบข้อความแผนภูมิ การเริ่มต้นใช้โปรแกรมนำเสนอ หลักการนำเสนองานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประยุกต์ใช้โปรแกรมนำเสนอเพื่อการผลิตสื่อ สมรรถนะสำคัญ : สามารถใช้โปรแกรมประมวลผลคำ สเปรดชีต และนำเสนอ เพื่อสร้างเอกสาร ตารางงานและนำเสนองานทางธุรกิจได้ในระดับดี โดยใช้รูปแบบที่ถูกต้องและเหมาะสม	เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
ECON 1103 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 3(3-0-6) Introduction to Economics ศึกษาแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ ปัจจัยกำหนดอุปสงค์และอุปทานของสินค้า ความยืดหยุ่น การผลิตและต้นทุนการผลิต ลักษณะตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ การคำนวณผลิตภัณฑ์มวลรวม การเงิน การธนาคาร การคลัง การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจ	ECON 1103 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 3(3-0-6) Introduction to Economics แนวคิดพื้นฐานของเศรษฐศาสตร์จุลภาคและมหภาคปัจจัยกำหนดอุปสงค์และอุปทานของสินค้า ความยืดหยุ่น การผลิตและต้นทุนการผลิต ลักษณะตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ การคำนวณผลิตภัณฑ์มวลรวมและตัวชี้วัดทางเศรษฐศาสตร์มหภาค การเงิน การธนาคารและการคลังในชีวิตประจำวัน การค้าและการเงินระหว่างประเทศที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจและปัญหาเศรษฐกิจที่สำคัญ สมรรถนะสำคัญ : อธิบายความรู้พื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและปรับตัวรับกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม	1. ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้ชัดเจนและเพิ่มประเด็นปัญหาเศรษฐกิจที่สำคัญเพื่อให้ผู้เรียนปรับตัวรับกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
HRM 1101 **การบริหารทรัพยากรมนุษย์** 3(3-0-6) **Human Resource Management** ความเป็นมาและหลักการในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ขอบข่ายหน้าที่ ความรับผิดชอบ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาการฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การจ่ายผลตอบแทน แรงงานสัมพันธ์ ตลอดจนการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์	HRM 1101 **การจัดการทรัพยากรมนุษย์** 3(3-0-6) **Human Resource Management** ความเป็นมาในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ขอบข่ายหน้าที่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทุนมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การจ่ายผลตอบแทน การสร้างความผูกพันต่อองค์กร ระบบสารสนเทศและจริยธรรม สมรรถนะสำคัญ: อธิบายความเป็นมาและความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ขอบข่ายหน้าที่ กระบวนการในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และปฏิบัติตามหลักจริยธรรมได้อย่างเหมาะสม	1. ปรับปรุงชื่อวิชาจาก การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 2. ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันสมัย ครอบคลุมเนื้อหาการสร้างความผูกพันต่อองค์การ และจริยธรรมในงานทรัพยากรมนุษย์ 3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
LB 1604 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6) Business Law หลักกฎหมายทั่วไป นิติกรรม หนี้ เอกเทศสัญญา สัญญาซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำของ การประกันบุคคลด้วยทรัพย์ ห้างหุ้นส่วน บริษัท บริษัทมหาชน จำกัด กฎหมายแรงงาน ตั๋วเงิน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค		1. ตัดรายวิชานี้ออก เพราะนำเนื้อหาด้านกฎหมายธุรกิจที่เกี่ยวกับการตลาดโดยตรงได้นำไปสอดแทรกในรายวิชาทางการตลาดแล้ว 2. หลักสูตรได้จัดให้นักศึกษาได้เรียนรู้ด้านกฎหมายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการตลาดไว้ในรายวิชา MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด แล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MGT 1101 องค์การและการจัดการ 3(3-0-6) Organization and Management ความหมาย วัตถุประสงค์ และประเภทขององค์การ แนวคิดทฤษฎีองค์การ หลักเกณฑ์และแนวคิดในการจัดตั้งองค์การธุรกิจ ผู้บริหารและทักษะการจัดการ ศาสตร์และศิลป์ในการจัดการ หลักการจัดการและกระบวนการจัดการที่สำคัญ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ การจูงใจ และการควบคุมการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายและนโยบายที่ตั้งไว้	MGT 1101 องค์การและการจัดการ 3(3-0-6) Organization and Management บทบาทและความสำคัญ วัตถุประสงค์ และประเภทขององค์การ แนวคิดทฤษฎีองค์การ ผู้บริหารและทักษะการจัดการ ศาสตร์และศิลป์ในการจัดการ หลักการจัดการและกระบวนการจัดการที่สำคัญ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ การจูงใจ และการควบคุมการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายและนโยบายที่ตั้งไว้ สมรรถนะสำคัญ: จำแนกประเภทขององค์การและสรุปกระบวนการจัดการได้ตามศาสตร์การจัดการ	1. ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มประเด็นบทบาทและความสำคัญขององค์การ 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MGT 2103 การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน 3(3-0-6) Production and Operations Management ลักษณะและความสำคัญของการผลิต ระบบการผลิต การจัดองค์การเพื่อการผลิต การพยากรณ์การผลิต การวางแผนกำลังการผลิต การวางผังกระบวนการผลิต การเลือกที่ตั้ง ระบบการจัดซื้อ ระบบการควบคุมสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพและปริมาณ การบริหารโครงการ ระบบการบำรุงรักษา และความปลอดภัยในการดำเนินงาน		1. ตัดรายวิชานี้ออก เพราะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตที่สำคัญได้สอดแทรกอยู่ในรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา และรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการใหม่แล้ว 2. เนื้อหาของการบริหารการผลิต ได้นำไปใช้ในการพยากรณ์ยอดขาย ซึ่งเนื่อหาจะอยู่ในรายวิชา MK 3310 การวางแผนการตลาดอยู่แล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MGT 4101 **จริยธรรมทางธุรกิจ** 3(3-0-6) **Business Ethics** แนวคิดและที่มาของจริยธรรม จริยธรรมทางธุรกิจ การสร้างและพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจ บรรษัทภิบาล ปัญหาการทุจริตในองค์การ จริยธรรมของผู้บริหารและพนักงาน จริยธรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้บริโภค ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		1. ตัดรายวิชานี้ออก เพราะการสร้างจิตสำนึกในความมีคุณธรรม จริยนธรรม และจรรยาบรรณต้องใช้เวลาการบ่มเพาะ 2. เนื้อหาทางด้านจริยธรรมทางธุรกิจได้สอดแทรกประเด็นดังกล่าวเข้าไปแฝงอยู่ในคำอธิบายรายวิชาแต่ละรายวิชาที่ต้องมีจริยธรรมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 1101 หลักการตลาด 3(3-0-6) Principles of Marketing ความหมาย บทบาทและความสำคัญของการตลาด แนวคิดพื้นฐานทางการตลาด สิ่งแวดล้อมทางการตลาด หน้าที่ทางการตลาด แรงจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบบสารสนเทศทางการตลาด การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้งานด้านการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด การวิจัยการตลาดเบื้องต้น การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจริยธรรมทางการตลาด	MK 1101 หลักการตลาด 3(3-0-6) Principles of Marketing บทบาทและความสำคัญของการตลาดในยุคดิจิทัล ประเภทตลาด แนวคิดพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด หน้าที่ทางการตลาด แรงจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบบสารสนเทศทางการตลาด เทคโนโลยี ทางการตลาดดิจิทัล การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาดและการลาดดิจิทัล การตลาดบริการ การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวิจัยการตลาดเบื้องต้น และจริยธรรมของนักการตลาด สมรรถนะสำคัญ : อธิบายสิ่งแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานการตลาดได้	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาพื้นฐานทางการตลาดที่สำคัญและจำเป็นในการทำการตลาดยุคดิจิทัลที่ต้องปรับเปลี่ยนแนวความคิด และวิธีการในการเข้าถึงผู้บริโภคและทำการตลาดที่ต้องคำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม และความมีคุณธรรม 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
STAT 2404 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6) Business Statistics ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถิติและเทคนิคเชิงปริมาณที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม ประชากรและการเลือกตัวอย่าง การประมาณค่า การทดสอบสมมุติฐาน การสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย อนุกรมเวลา การพยากรณ์และการตัดสินใจทางธุรกิจ รวมถึงแนวทางการใช้และแปลผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมประยุกต์ทางสถิติ		1. ตัดรายวิชานี้ออก เพราะได้นำเอาหลักสถิติสอดแทรกในคำอธิบายของรายวิชา MK 4901 การวิจัยการตลาดที่จะมีเนื้อหาของงการนำเอาหลักสถิติไปใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์ในงานวิจัยการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
บังคับ	บังคับ	
FB 1101 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6) Business Finance ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายการเงินในธุรกิจ ตลอดจนเป้าหมายและความสำคัญของการเงินธุรกิจ หลักการเบื้องต้นในการวางแผนและควบคุมทางการเงิน การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน การวิเคราะห์ค่าเงินตามเวลา หลักการวิเคราะห์ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทน การจัดหาเงินทุนจากตลาดทุนและตลาดเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดสรรเงินทุน การพิจารณาโครงการลงทุน การเริ่มลงทุนกิจการ การขยายกิจการ การเพิ่มทุน นโยบายการจัดสรรกำไรและเงินปันผล	FB 1101 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6) Business Finance ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของผู้บริหารการเงิน หลักเบื้องต้นในการบริหารทางการเงินของธุรกิจ รวมทั้งตลาดการเงิน ตราสารทางการเงินและการประเมินมูลค่า การวิเคราะห์ทางการเงิน การจัดหาเงินทุนระยะสั้นและระยะยาว การบริหารสินทรัพย์หมุนเวียน มูลค่าของเงินตามเวลา งบประมาณการลงทุน และนโยบายการจ่ายเงินปันผล สมรรถนะสำคัญ : สรุปบทบาทและหน้าที่ของผู้บริหารการเงิน และประยุกต์ใช้หลักและเทคนิคในการบริหารการเงินของธุรกิจได้อย่างถูกต้อง	1.ปรับคำอธิบายรายวิชาและเพิ่มเนื้อหาที่สะท้อนกับสถานการณ์ปัจจุบัน 2.เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 1102 **พฤติกรรมผู้บริโภค** 3(3-0-6) **Consumer Behaviors** บทบาท ความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคและการประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด	MK 1102 **พฤติกรรมผู้บริโภค** 3(3-0-6) **Consumer Behaviors** บทบาท ความสำคัญ และลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ การเดินทางของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลและการประยุกต์ใช้พฤติกรรมผู้บริโภคในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด สมรรถนะสำคัญ: วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างถูกต้องและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจได้	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มเติมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่เป็นยุคดิจิทัลที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์การตลาดในยุคดิจิทัล และเพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 2104 **การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 3(3-0-6)** **และโลจิสติกส์ทางการตลาด** Channels and Marketing Logistics Management แนวคิดเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการบริหารคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย การสรรหา การคัดเลือก การกระตุ้น การส่งเสริม การควบคุม และการประเมินคนกลางที่อยู่ในระบบการจัดจำหน่าย การวางแผนและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการกระจายสินค้าทั้งระบบด้วยโลจิสติกส์	MK 2104 **การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 3(3-0-6)** **และโลจิสติกส์ทางการตลาด** Management of Distribution Channels and Marketing Logistics ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่าย การออกแบบและการวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการตลาดสมัยใหม่ การสรรหา การคัดเลือก การควบคุม และการประเมินคนกลางในระบบการจัดจำหน่าย ความสำคัญของโลจิสติกส์ที่มีต่อธุรกิจ เทคโนโลยีสำหรับโลจิสติกส์ การจัดการศูนย์กระจายสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการการขนส่ง และการบริหารความสัมพันธ์ในงานโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในธุรกิจยุคดิจิทัล สมรรถนะสำคัญ : วางแผน วิเคราะห์ ประเมินและคัดเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย และวางแผนโลจิสติกส์ในธุรกิจยุคดิจิทัลได้ถูกต้องและสร้างสรรค์	1. ปรับชื่อวิชาภาษาอังกฤษและคำอธิบายรายวิชาโดยปรับปรุงเนื้อหาเพิ่มเติมด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยน แปลงในแต่ละช่องทางการขาย รวมถึงการเพิ่มทักษะการวางแผนวิเคราะห์การจัดการระบบการจัดจำหน่ายในการกระจายสินค้าทั้งระบบด้วยโลจิสติกส์ในยุคดิจิทัล 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 2107 **การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา** 3(3-0-6) **Product and Pricing Management** แนวคิดการจัดการผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การจัดการสายผลิตภัณฑ์ การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ การจัดการตราสินค้า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริหารราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านราคา หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคาในรูปแบบต่าง ๆ	MK 2107 **การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา** 3(3-0-6) **Product and Pricing Management** ทักษะการจัดการผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ทักษะการคิดแบบองค์รวมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการสายผลิตภัณฑ์ การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ การจัดการตราสินค้า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ การบริหารราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านราคา หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคาโดยใช้โปรแกรมพื้นฐาน หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตั้งราคาโดยคำนึงถึงหลักคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ และมีทักษะ กลยุทธ์การกำหนดราคาโดยใช้โปรแกรมพื้นฐาน ได้อย่างมีคุณภาพ	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาเพื่อพัฒนาความรู้ในการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับการดำเนินงานด้านการตลาดสมัยใหม่ 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 2108 การสื่อสารการตลาด 3(3-0-6) Marketing Communication ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารการตลาด บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการการสื่อสารการตลาด กระบวนการวางแผนการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การตลาดโดยใช้เนื้อหา การวัดและประเมินผลการสื่อสารการตลาด	MK 2108 การสื่อสารการตลาด 3(3-0-6) Marketing Communication ลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ทฤษฎีการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการผ่านเครื่องมือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย การตลาดทางตรง การตลาดดิจิทัล การตลาดเชิงเนื้อหา การตลาดเชิงกิจกรรม การนำเครื่องมือสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวัดประสิทธิภาพเครื่องมือสื่อสารการตลาด กฎหมายและจริยธรรมด้านการสื่อสารการตลาด สมรรถนะสำคัญ : นำเครื่องมือสื่อสารการตลาดร่วมสมัยมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจในปัจจุบันได้	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันสมัยขึ้นและเพิ่มเนื้อหาด้านเครื่องมือการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่กำลังเป็นที่นิยมในตลาดและเพิ่มความรู้ด้านกฎหมายและจริยธรรมด้านการสื่อสารการตลาด 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 2204 **การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด** 3(3-0-6) English Communication for Marketer คำศัพท์ สำนวนภาษา และบทสนทนาที่ใช้ในการดำเนินงานทางการตลาด การวิเคราะห์หัวข้อทางการตลาด และการนำเสนองานด้านการตลาดต่อหน้าผู้ฟังเป็นภาษาอังกฤษ	MK 2204 **การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด** 3(3-0-6) English Communication for Marketers คำศัพท์ สำนวนภาษา ทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกิจกรรมทางการตลาด และการนำเสนองานด้านการตลาดต่อหน้าผู้ฟังเป็นภาษาอังกฤษ สมรรถนะสำคัญ: ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาเพื่อเสริมสร้างทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
	MK 2205 **การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด** 3(3-0-6) Personality Development for Marketers ความสำคัญของบุคลิกภาพ เทคนิคการพัฒนาตนเอง การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลิกภาพภายในและภายนอก การวางตนและมารยาทในการเข้าสังคม และบุคลิกภาพกับการนำเสนองานในกิจกรรมทางการตลาด สมรรถนะสำคัญ: ปฏิบัติตนและแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมในการเข้าสังคม การทำงาน และการนำเสนองานในกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	รายวิชาใหม่สร้างขึ้นเพื่อเพิ่มพูนทักษะและลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาให้มีบุคลิกภาพสำหรับการเป็นนักการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3212 **การตลาดดิจิทัล** 3(3-0-6) Digital Marketing บทบาท ความสำคัญและแนวโน้มการตลาดดิจิทัล การใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล รูปแบบและประเภทของการตลาดดิจิทัล การโฆษณาออนไลน์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างตราสินค้าผ่านเครื่องมือดิจิทัล การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสนิใจซื้อสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล การวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และเทคนิคการทำการตลาดดิจิทัล	MK 2212 **การตลาดดิจิทัล** 3(3-0-6) Digital Marketing รูปแบบและประเภทของการตลาดดิจิทัล การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการตลาด การใช้บริการโฆษณาออนไลน์ การวิเคราะห์เว็บไซต์และวิธีการทำให้เว็บไซต์ติดหน้าแรกบนผลลัพธ์ของการสืบค้น การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาและผ่านอีเมล์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและเอไอเพื่อสร้างสรรค์สื่อดิจทัลและสร้างช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ กฎหมายและภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การนำเทคนิคและเครื่องมือการตลาดดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการตัดสินใจในการจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้วยหลักคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลสู่การปฏิบัติจริงในสายงานด้านการตลาดที่สอดคล้องต่อความต้องการของตลาด	1. ปรับรหัสวิชาใหม่โดยจัดการเรียนการสอนรายวิชานี้จากชั้นที่ 3 เป็นชั้นปีที่ 2 2. ปรับคำอธิบายรายวิชาเพื่อพัฒนาความสามารถในด้านการตลาดดิจิทัลและสามารถต่อยอดองค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลที่ทันสมัย 3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3303 การจัดการตราสินค้าเชิงสรางสรรค์ 3(3-0-6) Creative Brand Management บทบาทและความสำคัญของตราสินค้า ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างการรับรู้และประสบการณ์ในตราสินค้า การสร้างและออกแบบชื่อ โลโก้ เครื่องหมายการค้า สโลแกน และบรรจุภัณฑ์ การวางตำแหน่งตราสินค้าเพื่อครองใจลูกค้า การสร้างอัตลักษณ์ บุคลิกภาพ และแก่นแท้ของตราสินค้า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ในภาพลักษณ์ตราสินค้า กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า การยกระดับตราสินค้า และการสร้างคุณค่าตราสินค้าสู่ความยั่งยืน	MK 3303 การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์ 3(3-0-6) Creative Brand Management บทบาทและความสำคัญของผู้บริหารตราสินค้าในยุคดิจิทัล องค์ประกอบของตราสินค้า การออกแบบตราสินค้า การสร้างชื่อ โลโก้ เครื่องหมายการค้า สโลแกนและบรรจุภัณฑ์ของตราสินค้า การวางตำแหน่งตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ บุคลิกภาพ และแก่นแท้ของตราสินค้า การสร้างคอนเทนต์และเรื่องเล่าของตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์และดิจิทัลแพลตฟอร์ม กลยุทธ์ตราสินค้า การวัดมูลค่าตราสินค้า การประเมินคุณค่าตราสินค้า การสร้างตราสินค้าที่ยั่งยืน และจรรยาบรรณของผู้สร้างตราสินค้า สมรรถนะสำคัญ : ออกแบบองค์ประกอบของตราสินค้า และสร้างตราสินค้าต้นแบบได้อย่างสร้างสรรค์ และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารตราสินค้าได้อย่างเหมาะสม	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยได้เพิ่มเติมเนื้อหาการบริหารตราสินค้ายุคดิจิทัล การใช้สื่อสังคม ออนไลน์และดิจิทัลแพลตฟอร์มในการสื่อสารตราสินค้า การสร้างเรื่องเล่าตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้าให้เกิดความยั่งยืน และจรรยาบรรณของผู้สร้างตราสินค้า 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3309 **การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์** 3(3-0-6) Strategic Marketing Management หลักการและความสำคัญของการจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ในกระแสโลกาภิวัตน์ บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารการตลาด การวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์และโอกาสทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและการวิจัยตลาด หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ การวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด	MK 3309 **การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์** 3(3-0-6) Strategic Marketing Management ความสำคัญของการจัดการการตลาดในธุรกิจยุคดิจิทัล หน้าที่ ความรับผิดชอบและจรรยาบรรณของผู้บริหารงานการตลาด การคิดเชิงสร้างสรรค์และเชิงออกแบบทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การแข่งขันและโอกาสทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก การใช้เทคโนโลยีและเอไอเพื่องานการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดและ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ การวิจัยตลาดเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ การตลาดสีเขียว และการตลาดที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการประเมินผลและการควบคุมทางการตลาดเพื่อความยั่งยืน สมรรถนะสำคัญ : วางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการตลาดดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มเติมเนื้อหาด้านการจัดการทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์บนการเดินทางของลูกค้าในยุคดิจิทัลและการวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการตัดสินใจทางการตลาดโดยการใช้ข้อมูลจากการวิจัย 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3310 การวางแผนการตลาด 3(3-0-6) Marketing Planning ความสำคัญและกระบวนการเขียนแผนการตลาดการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การเลือกตลาดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์การตลาด การควบคุมทางการตลาด และการนำเสนอแผนการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ	MK 3310 การวางแผนการตลาด 3(3-0-6) Marketing Planning ความสำคัญและกระบวนการเขียนแผนการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์การตลาด การควบคุมทางการตลาด และการนำเสนอแผนการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ สมรรถนะสำคัญ : วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ทางการตลาดได้ เขียนแผนการตลาดที่เหมาะสมกับลักษณะและสถานการณ์ของธุรกิจ และนำเสนอแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์ได้ตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มเติมเนื้อหาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพ 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3311 **นวัตกรรมทางการตลาด** 3(3-0-6) **เชิงสร้างสรรค์** Marketing Innovations แนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการและเทคนิคการคิดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์แนวคิดภูมิปัญญาไทย ความหมาย ประเภทของนวัตกรรม กระบวนการพัฒนานวัตกรรม การวิจัยและพัฒนาเพื่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา การลงทุนธุรกิจนวัตกรรม และการเขียนแผนธุรกิจ	MK 3311 **นวัตกรรมทางการตลาด** 3(3-0-6) **เชิงสร้างสรรค์** Creative Marketing Innovations แนวคิดนวัตกรรมการตลาด ทฤษฎีและตัวแบบนวัตกรรม การจัดการนวัตกรรมร่วมสมัย แนวคิดใหม่ในการจัดการนวัตกรรม การคิดเชิงสร้างสรรค์ทางการตลาด การคิดเชิงออกแบบเพื่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ การพัฒนาทักษะกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์นวัตกรรมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน สมรรถนะสำคัญ : นำความรู้ด้านนวัตกรรมทางการตลาดไปวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนและท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม	1. ปรับชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ 2. ปรับคำอธิบายรายวิชาเพื่อให้เนื้อหามีความทันสมัย โดยเพิ่มเนื้อหาด้านแนวคิดการจัดการนวัตกรรมร่วมสมัยและการสร้างนวัตกรรมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน 3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
	MK 3401 **การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านการตลาด** 3(3-0-6) **Data analysis for marketing decisions** บทบาทและความสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกทางการตลาด ลักษณะของข้อมูลขนาดใหญ่ การนำเทคโนโลยีทางการตลาดสมัยใหม่และเอไอมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด กระบวนการจัดการข้อมูลทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การทำเหมืองข้อมูลทางการตลาด การตัดสินใจทางการตลาดและการทำการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและจริยธรรม ความรับผิดชอบ และการรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล สมรรถนะสำคัญ: วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการตลาดหรือทางธุรกิจมาใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	รายวิชาใหม่สร้างขึ้นเพื่อการตัดสินใจทางการตลาดที่ดีและมีประสิทธิภาพต้องตั้งอยู่บนฐานของข้อมูล โดยเนื้อหาในรายวิชาจะมุ่งเน้นให้มีการศึกษาและเรียนรู้แหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทางการตลาด พร้อมทั้งนำข้อมูลขนาดใหญ่มาวิเคราะห์โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมรวดเร็วเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางด้านการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 4308 **การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่** 3(3-0-6) Marketing for New Startup ความหมายและความสำคัญของสตาร์ทอัพ การสร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ วิเคราะห์ผู้บริโภคและการตั้งโจทย์ทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ด้วย Business Model Canvas และ Lean Canvas การวางแผนการตลาด การสร้างคุณค่าที่แตกต่างของผลิตภัณฑ์ การประเมินขนาดของตลาดและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด การวิเคราะห์คู่แข่งขัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการทดสอบตลาด การนำเสนอธุรกิจสตาร์ทอัพแก่ลูกค้าและนักลงทุน	MK 4308 **การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่** 3(3-0-6) Marketing for New Startup รูปแบบการประกอบธุรกิจในยุคดิจิทัล แนวคิดและทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการ การบริหารธุรกิจในสภาวะแวดล้อมที่ผันผวนและเปลี่ยนแปลง กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ บุคลิกภาพและจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดและเอไอเพื่องานทางธุรกิจ การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า คู่แข่งขัน และความเป็นไปได้ทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กลยุทธ์การตลาดและกลยุทธ์ตราสินค้า โมเดลธุรกิจเพื่อความยั่งยืน การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ การนำเสนอธุรกิจแก่ลูกค้าและนักลงทุน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ และความมีคุณธรรมและจริยธรรมในวิชาชีพของผู้ประกอบการ สมรรถนะสำคัญ: สร้างโมเดลธุรกิจสตาร์ทอัพและนำเสนอแก่ลูกค้าและนักลงทุนได้อย่างน่าสนใจ	1.ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มเนื้อหาเทคโนโลยีทางด้านการตลาด แพลตฟอร์มทางการตลาด และเอไอ ความมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมเพื่อธุรกิจที่ยั่งยืน 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 4901 **การวิจัยการตลาด** 3(3-0-6) **Marketing Research** ขอบเขต ความสำคัญ และบทบาทการวิจัยทางการตลาด กระบวนการวิจัยทางการตลาด เครื่องมือวิจัยทางการตลาด ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาด การออกแบบวิจัยทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยทางการตลาด และการเขียนรายงานวิจัยทางการตลาด	MK 4901 **การวิจัยการตลาด** 3(2-2-5) **Marketing Research** บทบาทและความสำคัญของการวิจัยทางการตลาดที่มีต่อธุรกิจ ประเภทของการวิจัยทางการตลาด เครื่องมือทำการวิจัยทางการตลาด สถิติเพื่อการวิจัยทางการตลาด การออกแบบวิจัยทางการตลาด การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปรผล และการเขียนรายงานวิจัย การจัดทำข้อเสนอโครงงานวิจัยทางด้านการตลาดที่ถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย และการนำผลการวิจัยทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ สมรรถนะสำคัญ : ทำวิจัยการตลาดเพื่อประยุกต์ใช้ในวิชาชีพหรือการประกอบอาชีพทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาให้สอดคล้องกับการวิจัยการตลาดยุคใหม่หรือยุคดิจิทัล 2. กำหนดชั่วโมงการเรียนใหม่ จากเดิม 3(3-0-6) เป็น 3(2-2-5) เพื่อฝึกปฏิบัติการทำวิจัยการตลาด 3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 4902 สัมมนาทางการตลาด 3(3-0-6) Seminar in Marketing แนวทางและกระบวนการการจัดรูปแบบสัมมนาทางการตลาด ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาดทั้งธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ โดยการใช้กรณีศึกษา หรือจากสถานการณ์จริงในพื้นที่ วิเคราะห์การแก้ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจประเภทต่าง ๆ โดยอาศัยความรู้และทฤษฎีทางการตลาดตลอดจนการศึกษาดูงานทางด้านการตลาดนอกสถานที่เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากองค์กรธุรกิจจริง		ตัดรายวิชานี้ออก เพราะเป็นการเรียนในภาคทฤษฎีเป็นส่วนใหญ่ โดยทางหลักสูตรได้สร้างรายวิชาใหม่ที่เน้นการฝึกปฏิบัติขึ้นมาทดแทน คือ MK 4904 สัมมนาด้านการตลาดสมัยใหม่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
	MK 4904 **สัมมนาด้านการตลาดสมัยใหม่** 1(45) **Seminar in Modern Marketing** การนำเสนอ การถ่ายทอด และการอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน หรือประเด็นที่น่าสนใจทางการตลาด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อคิดเห็นในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตลาด การจัดโครงการสัมมนาทางการตลาดในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ และการสรุปผลการจัดสัมมนาการตลาด สมรรถนะสำคัญ : นำความรู้และทฤษฎีด้านการตลาดไปใช้ในการวางแผนการตลาดการตัดสินใจทางการตลาด และการแก้ไขปัญหาทางการตลาดอย่างมีระบบ	รายวิชาใหม่สร้างขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับการทำการตลาดสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นปฏิบัติเพื่อฝึกฝนทักษะในการนำเสนอการถ่ายทอด และการอภิปราย และการฝึกปฏิบัติการจัดทำโครงการสัมมนาทางการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
ENG 1501 **ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1** 3(3-0-6) **Business English 1** ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษในบริบททางธุรกิจ	BE 1233 **ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 1** 3(3-0-6) **English for Business Communication 1** ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษและโครงสร้างประโยคที่ใช้ในทางธุรกิจ การฝึกทักษะการพูดและทักษะการฟังระดับเบื้องต้นสำหรับการสื่อสารแบบทางการและไม่เป็นทางการ ทักษะการอ่านเอกสารธุรกิจและทักษะการเขียนทางธุรกิจเบื้องต้น การกรอกใบสมัครงาน และการเขียนประวัติย่อ สมรรถนะสำคัญ: ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง	1. ปรับรหัสวิชา 2. ปรับชื่อรายวิชา 3. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มเติมเนื้อหาทักษะการฟังพูดอ่าน เขียนภาษาอังกฤษในทางธุรกิจให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น 4. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
ENG 1502 **ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2** 3(3-0-6) **Business English 2** **รายวิชาบังคับก่อน:** ต้องสอบผ่านรายวิชา ENG 1501 Business English 1 ทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษในบริบททางธุรกิจที่ซับซ้อนมากขึ้น	BE 1234 **ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ 2** 3(3-0-6) **English for Business Communication 2** ไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคที่ใช้ในทางธุรกิจ การฝึกทักษะการพูดและการฟังสำหรับการจัดการคำขอและข้อร้องเรียนของลูกค้า การเจรจา และการพูดในที่สาธารณะ การอ่านและวิเคราะห์เอกสารธุรกิจ การเขียนตอบการร้องเรียน การใช้ AI เพื่อเพิ่มคุณภาพและความแม่นยำในการเขียน สมรรถนะสำคัญ: ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	1. ปรับรหัสวิชา 2. ปรับชื่อรายวิชา 3. ตัดรายวิชาบังคับก่อน 4. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มเติมเนื้อหาทักษะการฟังพูดอ่าน เขียนภาษาอังกฤษในทางธุรกิจที่ซับซ้อนให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น 5. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3204 การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่ 3(3-0-6) Modern Retail Management ความหมาย ประเภท และลักษณะพื้นฐานของธุรกิจค้าปลีก ประเภทของร้านค้าปลีกสภาพแวดล้อมและการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก กฎหมายสำหรับการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีก พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การบริหารจัดการงานส่วนหน้าร้าน การดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกแบบไม่มีหน้าร้าน การส่งเสริมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก การสื่อสารในธุรกิจค้าปลีก การใช้โลจิสติกส์และเทคโนโลยีในธุรกิจค้าปลีก และแนวโน้มการบริหารจัดการการค้าปลีกในอนาคต	MK 3204 การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่ 3(3-0-6) Modern Retail Management ประเภท และลักษณะพื้นฐานของธุรกิจค้าปลีก ประเภทของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ สภาพแวดล้อมและการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก กฎหมายสำหรับการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีก พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลในธุรกิจค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การบริหารจัดการส่วนหน้าร้าน การดำเนินงานของธุรกิจแบบไม่มีหน้าร้าน การส่งเสริมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก การสื่อสารในธุรกิจค้าปลีก การบริหารงานด้านโลจิสติกส์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศในธุรกิจค้าปลีก และการปรับตัวของธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ในอนาคต สมรรถนะสำคัญ: ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพการณ์ทางธุรกิจได้	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มเติมปรับปรุงเนื้อหาเกี่ยวกับการเรียนรู้เพื่อเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารของธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ เลือกใช้โลจิสติกส์ที่เหมาะสมสำหรับ การปรับตัวของการจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่ 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3208 การตลาดบริการ 3(3-0-6) Service Marketing แนวคิดด้านการตลาดบริการและประเภทของตลาดบริการ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและอุปสงค์ของตลาดบริการ การบริหารกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับงานบริการ ช่องว่างทางการด้านตลาดบริการ การปรับปรุงคุณภาพการบริการและผลิตภาพในการบริการ แนวโน้มของการตลาดบริการในอนาคต	MK 3208 การตลาดบริการ 3(3-0-6) Service Marketing ประเภท ลักษณะและขอบเขตของตลาดบริการ บุคลิกภาพและทักษะของการเป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและอุปสงค์ของตลาดบริการ พฤติกรรมผู้ใช้บริการ การบริหารกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการสร้างสรรค์งานบริการ การบริหารประสบการณ์ของลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า การปรับปรุงและการรักษาคุณภาพการบริการ การรับประกันการบริการ การวัดความพึงพอใจของลูกค้า และการพัฒนานวัตกรรมของการตลาดบริการในยุคดิจิทัล สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะการบริการสมัยใหม่เพื่อพัฒนางานบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มเติมเนื้อหาบุคลิกภาพที่ดีของนักการตลาดบริการ การสร้างสรรค์งานบริการในยุคดิจิทัล การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าและการพัฒนานวัตกรรมของการตลาดบริการในยุคดิจิทัลเพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่ 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3210 **การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม** 3(3-0-6) Marketing for Society and Environment แนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณ	MK 3210 **การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม** 3(3-0-6) Marketing for Society and Environment แนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้มีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีโลกทัศน์กว้างไกล เข้าใจและเห็นคุณค่าของตนเอง ผู้อื่นสังคม ศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ การวางแผนและดำเนินโครงการการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณ มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิต และมีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะ เป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคม สมรรถนะสำคัญ : วางแผนและดำเนินโครงการการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะและเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคม	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาเพื่อเนื้อหาสำหรับการพัฒนาองค์ความรู้ควบคู่ไปกับการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมในการในการดำเนินชีวิต และมีจิตอาสาและสำนึกสาธารณะเป็นเติบโตเป็นพลเมืองที่มี คุณค่าและมีคุณภาพของสังคมต่อไป 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3211 **การตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น** 3(3-0-6) Local Product Marketing แนวคิด ความสำคัญ บทบาทและประเภทผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น การสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆจากผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น กระบวนการจัดการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กลยุทธ์การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แนวทางการสร้างองค์ความรู้จากเทคโนโลยีสมัยใหม่สู่การพัฒนาภูมิปัญญาในท้องถิ่น แนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	MK 3211 **การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน** 3(3-0-6) Online Marketing for Community Products การประยุกต์และสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ จากการตลาดออนไลน์สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น กระบวนการจัดการการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กลยุทธ์การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แนวทางการสร้างองค์ความรู้จากเทคโนโลยีสมัยใหม่สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาในท้องถิ่น และแนวทางการแก้ไขปัญหาทางการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน สมรรถนะสำคัญ: ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างช่องทางการขายใหม่ ๆ ให้กับผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม	1. ปรับชื่อรายวิชาเพื่อให้ทันสมัย เหมาะกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดและธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว 2. ปรับคำอธิบายรายวิชาที่มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ต่อยอดสู่การสร้างประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ให้กับชุมชน 3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3304 การจัดการการขาย 3(3-0-6) Sales Management แนวคิด บทบาทเกี่ยวกับการจัดการการขาย การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า การจัดโครงสร้างการขาย การวางแผนกลยุทธ์การขาย นักขายและการบริหารทีมงานขายสมัยใหม่ เทคนิคการขายสมัยใหม่ จริยธรรมการขาย	MK 3304 การจัดการการขายเชิงสร้างสรรค์ 3(3-0-6) Creative Sales Management แนวคิด ทฤษฎีการจัดการการขาย บทบาทการขายกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กระบวนการจัดการการขาย การพัฒนาองค์การขาย การวางแผนกลยุทธ์การขาย การบริหารทีมงานขายเชิงสร้างสรรค์ การควบคุมและประเมินผลการขาย เทคนิคการขายยุคดิจิทัล และจริยธรรมในวิชาชีพการขาย สมรรถนะสำคัญ : เชื่อมโยง ปรับใช้ และต่อยอดความรู้ทางการจัดการการขายสู่การพัฒนางานการขายที่สร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลได้อย่างน่าสนใจและแปลกใหม่	1. ปรับชื่อรายวิชาเพื่อให้เหมาะสมกับงานการขายยุคใหม่ที่เน้นความสร้างสรรค์และเหมาะกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่หรือยุคดิจิทัล 2. ปรับคำอธิบายรายวิชาเพื่อปรุงเนื้อหาให้ทันสมัย เพื่อนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลและเพิ่มเนื้อหาด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และเทคนิคการขายสมัยใหม่ 3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 3308 **การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว** 3(3-0-6) Marketing for Tourism แนวคิด ความหมายและความสำคัญของการตลาดท่องเที่ยว วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประเภทของการตลาดท่องเที่ยว การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างตราสินค้าและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บทบาทภาครัฐและธุรกิจบริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	MK 3308 **การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว** 3(3-0-6) Marketing for Tourism แนวคิดการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การวางแผนการเดินทางและการท่องเที่ยว การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยว การวางแผนจัดนำเที่ยว การจัดการการสำรองที่พัก การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การวางแผนการให้บริการด้านการท่องเที่ยว การประยุกต์ทฤษฎีทางการตลาดกับธุรกิจท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับการเลือกใช้เครื่องมือการตลาดสมัยใหม่ สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ทฤษฎีทางการตลาดกับธุรกิจท่องเที่ยวได้อย่างสร้างสรรค์	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
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	MK 2302 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6) International Marketing ความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศ ระบบสารสนเทศเพื่อการตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างประเทศ ผลิตภัณฑ์กับการตลาดระหว่างประเทศ ราคากับการตลาดระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การสื่อสารทางการตลาดระหว่างประเทศ และแนวโน้มการตลาดระหว่างประเทศ สมรรถนะสำคัญ : ใช้องค์ความรู้การตลาดระหว่างประเทศในการพัฒนางานด้านการตลาดระหว่างประเทศเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. เปลี่ยนรหัสวิชาโดยให้อยู่ในชั้นปี ที่ 2 แทนชั้นปีที่ 4 เพื่อให้ผู้เรียนมีองค์ความรู้ในตลาดต่างประเทศที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ 2. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาการตลาดระหว่างประเทศให้ทันสมัยสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงอยู่

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
		ตลอดเวลา 3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 4307 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0-6) Quantitative Analysis for Marketing ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด การตัดสินใจทางการตลาด การวิเคราะห์การคุ้มทุน ตัวแบบของคงคลัง การจัดซื้อสินค้า โปรแกรมเชิงเส้นตรง ปัญหาคู่ของโปรแกรมเชิงเส้นตรง ปัญหาการขนส่ง ตัวแบบการมอบหมายงาน ทฤษฎีการรอคอย การจำลองแบบปัญหา ทฤษฎีเกมส์ การวิเคราะห์แบบมาร์คอฟ การพยากรณ์		1. ตัดรายวิชานี้ออก แต่นำเนื้อหาที่สำคัญไปสอดแทรกอยู่ในรายวิชาการวางแผนการตลาดและรายวิชาการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางการตลาดแล้ว 2. ในรายวิชาทางการตลาดจะใช้ข้อมูลตัวเลขประกอบการตัดสินใจ ดังนั้นการวิเคราะห์เชิงปริมาณจึงถูกสอดแทรกไว้ในกิจกรรมการเรียนการสอนแล้ว

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 4401 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(3-0-6) Marketing Information Systems องค์ประกอบของระบบสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการสร้างระบบสารสนเทศ เพื่อการวิเคราะห์การตัดสินใจและการควบคุมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาดภายในองค์กร ระบบกรองข้อมูลทางการตลาด ระบบการสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด	MK 4401 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(3-0-6) Marketing Information Systems ความหมายและความสำคัญของระบบสารสนเทศทางการตลาด ประเภทและองค์ประกอบของระบบสารสนเทศทางการตาด แนวโน้มที่มีความจำเป็นต่อสารสนเทศทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาดภายในและภายนอกองค์กร ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด การพยากรณ์การขาย และการควบคุมค่าใช้จ่าย ระบบวิเคราะห์และสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด การนำระบบสารสนเทศและโปรแกรมทางธุรกิจมาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจทางการตลาดและการควบคุมทางการตลาด และคุณธรรมจริยธรรมในการใช้สารสนเทศในงานธุรกิจ สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์ สารนสนเทศทางการตลาดสมัยใหม่ เพื่อการวิเคราะห์การตัดสินใจและการควบคุมทางการตลาดเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาระบบสารสนเทศทางการตลาดยุคใหม่หรือยุคดิจิทัล 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 4903 **หัวข้อพิเศษทางการตลาด** 3(3-0-6) Special Topics in Marketing วิเคราะห์และสังเคราะห์กรณีศึกษาทางการตลาด ประเด็นหัวข้อพิเศษทางการตลาดสมัยใหม่ เทคนิคการประยุกต์ กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับธุรกิจ การบูรณาการองค์ความรู้จากทฤษฎีทางการตลาด	MK 4903 **หัวข้อพิเศษทางการตลาด** 3(2-2-5) Special Topics in Marketing การวิเคราะห์ การวางแผนและการสังเคราะห์กรณีศึกษาทางการตลาด ประเด็นหัวข้อพิเศษทางการตลาดที่กำลังได้รับความสนใจและมีผลต่อการขับเคลื่อนการตลาดในยุคปัจจุบัน การบูรณาการองค์ความรู้ทฤษฎีทางการตลาดเพื่อการพัฒนางานด้านการตลาด และเทคนิคการประยุกต์กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับการดำเนินธุรกิจ สมรรถนะสำคัญ : ประยุกต์องค์ความรู้ทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด และการดำเนินงานด้านการตลาดในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาเพื่อการประยุกต์และพัฒนาองค์ความรู้จากกรณีศึกษาซึ่งเป็นประเด็นหัวข้อพิเศษทางการตลาดที่กำลังได้รับความสนใจ 2. กำหนดชั่วโมงการเรียนใหม่ จากเดิม 3(3-0-6) เป็น 3(2-2-5) เพื่อฝึกทักษะทางตลาด 3. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 4801 **การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 1(0-3-2)** **ทางการตลาด** Preparation for Field Experience in Marketing การเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด การเขียนแผนธุรกิจ ความรู้เบื้องต้นด้านกฎหมายแรงงานและการประกันสังคม มารยาทการเข้าสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ การใช้ภาษาอังกฤษในการทำงาน การใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์เพื่อการทำงาน การเสริมสร้างความพร้อมและจรรยาบรรณ ก่อนออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพจริง	MK 4801 **การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 1(0-3-2)** **ทางการตลาด** Preparation for Field Experience in Marketing การประยุกต์หลักการและทฤษฎีทางการตลาด การเขียนแผนธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงานและการประกันสังคม มารยาทการเข้าสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการสมัครงานและการสัมภาษณ์งาน การเตรียมพร้อมด้านการใช้ทักษะภาษาต่างประเทศ การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการตลาดสำหรับการพัฒนางานทางด้านการตลาด และการเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ สมรรถนะสำคัญ : บูรณาการและประยุกต์ใช้ความรู้ทางการตลาดเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพจริง	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มเติมเนื้อหาการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการตลาดสำหรับการพัฒนางานทางด้านการตลาดซึ่งเป็นข้อแนะนำจากผู้ประกอบการถึงทักษะสำคัญที่ต้องมีในการปฏิบัติงานทางด้านการตลาด 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
MK 4802 **การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด** 6(560) Field Experience in Marketing **รายวิชาบังคับก่อน :** ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการของหน่วยงานรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชนภายใต้การควบคุมและการดูแลของอาจารย์นิเทศก์หรืออาจารย์ที่ปรึกษา โดยมีผู้บริหารหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานนั้นเป็นผู้คอยให้คำแนะนำ การฝึกประสบการณ์อาจจัดให้ฝึกประสบการณ์ทั้งหมด หรือการฝึกประสบการณ์พร้อมกับการจัดทำโครงการพิเศษ หรือการฝึกประสบการณ์พร้อมกับการจัดทำภาคนิพนธ์เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ และประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับงานด้านการตลาด	MK 4802 **การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด** 6(560) Field Experience in Marketing **รายวิชาบังคับก่อน :** ต้องสอบผ่านรายวิชา MK 4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการของหน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชน ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์นิเทศ โดยฝึกประสบการณ์วิชาชีพและกำหนดให้ทำภาคนิพนธ์และการนำเสนองานภาคนิพนธ์ต่ออาจารย์นิเทศ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้และประสบการณ์ใหม่เกี่ยวกับงานด้านการตลาด สมรรถนะสำคัญ : บูรณาการความรู้ทางการตลาดทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ สู่การทำงานในสถานประกอบการได้อย่างสร้างสรรค์และมีคุณภาพ	1. ปรับคำอธิบายรายวิชาที่กำหนดให้มีการจัดทำรายงานภาคนิพนธ์และการนำเสนองานภาคนิพนธ์ต่ออาจารย์นิเทศ โดยมีการกำหนดเวลาการส่งงานไว้อย่างชัดเจน 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา 1(0-3-2) Cooperative Education Preparation การปฏิบัติการเตรียมความพร้อมก่อนการออกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ โดยให้มีองค์ความรู้ในเรื่อง หลักการ แนวคิดและปรัชญาสหกิจศึกษา กระบวนการและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับระบบสหกิจศึกษา เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ มีความสามารถในการพัฒนาตนเองตามมาตรฐานวิชาชีพแต่ละสาขาวิชา การปรับตัวในสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม โครงสร้างการทำงานในองค์กร งานธุรการในสำนักงาน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน และระบบบริหารคุณภาพงาน คุณภาพในสถานประกอบการ การเสริมทักษะและจริยธรรมในวิชาชีพเฉพาะสาขาวิชา และมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำโครงงาน การรายงานผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงานโครงงาน และการนำเสนอผลงานโครงงาน	COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา 1(0-3-2) Cooperative Education Preparation หลักการ แนวคิดและปรัชญาสหกิจศึกษา กระบวนการและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับระบบสหกิจศึกษา ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ เทคนิคการสมัครงานและการสอบสัมภาษณ์ เตรียมความพร้อมก่อนการออกฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ในด้านการปรับตัวในสังคม การพัฒนาบุคลิกภาพ การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม โครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน และทรัพย์สินทางปัญญา การเสริมทักษะและจริยธรรมในวิชาชีพ การเขียนโครงงานหรือผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงานทางวิชาการและการนำเสนองาน โดยมีกระบวนการอบรมสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมง สมรรถนะสำคัญ : บูรณาการความรู้ และมีทักษะการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม พร้อมปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง	1. ปรับคำอธิบายรายวิชา 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568	เหตุผล
COOP 4801 สหกิจศึกษา 6(560) Cooperative Education **รายวิชาบังคับก่อน : COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา** การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพตามสาขาวิชาในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตเป็นเวลา 16 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 560 ชั่วโมง โดยบูรณาการความรู้ที่ได้จากการศึกษาในหลักสูตรการศึกษากับการปฏิบัติงานจริงเสมือนหนึ่งเป็นพนักงาน มีการจัดทำโครงงาน การเขียนรายงานและการนำเสนอโครงงาน ตามคำแนะนำของพนักงานพี่เลี้ยง อาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์นิเทศก์ ที่ส่งผลต่อการพัฒนางานของสถานประกอบการ และนักศึกษามีมาตรฐานผลการเรียนรู้ทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม มีทักษะและองค์ความรู้ในวิชาชีพ มีลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน ทำให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานที่พร้อมจะทำงานได้ทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษา	COOP 4801 สหกิจศึกษา 6(560) Cooperative Education **รายวิชาบังคับก่อน : ต้องสอบผ่านรายวิชา COOP 3801 การเตรียมสหกิจศึกษา** การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพตามสาขาวิชาในสถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ เสมือนหนึ่งเป็นพนักงานชั่วคราวเต็มเวลา การปฏิบัติงานตามภาระงานที่ได้รับมอบหมายหรือการทำโครงงานตามสาขาวิชา การเขียนรายงานผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงานโครงงาน และการนำเสนอโครงงานตามคำแนะนำของพนักงานที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา คุณธรรมจริยธรรมในวิชาชีพ มีลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน สมรรถนะสำคัญ : ปฏิบัติงานในสถานประกอบการได้เสมือนเป็นพนักงานในสถานประกอบการ	1. ปรับคำอธิบายรายวิชา 2. เพิ่มสมรรถนะสำคัญของรายวิชา

ภาคผนวก ค

ประวัติและผลงานของอาจารย์ประจำหลักสูตร

1. นางนัทธ์หทัย ตันสุหัช

1.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

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

นัทธ์หทัย ตันสุหัช. (2566, กรกฎาคม-ธันวาคม). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลม่อนปิ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, *5*(2), 39-51.

นัทธ์หทัย ตันสุหัช. (2565, กันยายน-ธันวาคม). การพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพทางบัญชีของพนักงานบัญชีสหกรณ์ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารราชภัฏกรุงเก่า*, *9*(3), 1-8.

นัทธ์หทัย เถาตระกูล และ ภัทรพรรณ วรรณลักษณ์. (2565, มกราคม-มิถุนายน).การพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, *24*(1), 25-33.

มัทนา อินใชย และ นัทธ์หทัย เถาตระกูล. (2565, กรกฎาคม-ธันวาคม). การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการบริการ และการท่องเที่ยวไทย*, *17*(2), 69-87.

1.3.2 ตำรา หนังสือ บทความทางวิชาการ

ไม่มี

1.4 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2558-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2566-ปัจจุบัน	หัวหน้าภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2557	อาจารย์พิเศษ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

1.5 ภาระงานสอน

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MK 1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
MK 1102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
MK 2204	การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด	3(3-0-6)
MK 2205	การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักการตลาด	3(3-0-6)
MK 3310	การวางแผนการตลาด	3(3-0-6)
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1(0-3-2)

2. นางสาวจินดาภา ศรีสำราญ

2.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

2.2 ประวัติการศึกษา

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

2.3 ผลงานทางวิชาการ

2.3.1 ผลงานวิจัย

บทความวิจัยตีพิมพ์วารสารวิชาการในประเทศ

จินดาภา ศรีสำราญ และ ทนงเกียรติ อุปันโน. (2567, มกราคม–เมษายน). กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดของผู้ปลูกและแปรรูปข้าวอินทรีย์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 12*(1), 107–119.

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 1101	หลักการตลาด	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)
MK 3211	การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน	3(3-0-6)
MK 2212	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1(0-3-2)
MK 4903	หัวข้อพิเศษทางการตลาด	3(3-0-6)

3. นายมานพ ชุ่มอุ่น

3.1 ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

3.2 ประวัติการศึกษา

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

3.3 ผลงานทางวิชาการ

3.3.1 ผลงานวิจัย

บทความวิจัยตีพิมพ์วารสารภายในประเทศ

La-ongsri, W., Alcoba, R., La-ongsri, W., & Chum-Un, M. (2023, September-December). Development of Business Management System Leveraging on Social Capital: A Case of Hub Mae Win Community Enterprise, Mae Wang Sub-District, Chiang Mai Province. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal, 24*(3), 80-92.

Chum-Un, M., Jaikaew, A., Panphae, P., & Phoewhawm, R. (2022, January-June). Right Intention Leading to Wrong Results: A Case Lesson on Helping Thai Locals to Sustain Their Business Community. *ASEAN Journal of Management & Innovation Stamford International University, 9*(1), 50-61.

Chum-Un, M., Jaikaew, A., Saipang, J., Nochai, B., & Arsarkij, J. (2022, September-December). Brand and Business Model Building from Community Identity for Competitive Advantages of Mae Win Sub-District, Mae Wang District, Chiang Mai Province. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal, 23*(3), 89-108.

Chum-Un, M. (2021, January – April). Creating Added Value for the On Tai Sub-District Community Enterprises Based on Creative Marketing, Brand, Identity and Storytelling. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal, 22*(1), 1-22.

บทความวิจัยที่นำเสนอในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ

Saipang, J., Jaikaew, A., & Chum-Un, M. (2023). Development of online marketing mix strategies for basketry product entrepreneurs in Chiang Mai, Thailand. In *17th National and International Conference on Humanities and Social Sciences* (pp. 1-11). 27 March, 2023. Bangkok: Online/Phranakhon Rajabhat University, Thailand. The Political Science Association of Kasetsart University.

Chum-Un, M., Jaikaew, A., Bhrammanachote, W., Saipang, J., Samakate, N. & Kaima, P. (2021) . A New Business Model Purpose Navigating the Local Tourism Towards a New Normal Lifestyle: A Case Lesson on Mae Win Community Chiang Mai Province, Thailand. In *3 rd National and International Virtual Conference on Multidisciplinary Research* (pp.17-24). 20 August, 2021. Manisa Celal Bayar University, Turkey. The Political Science Association of Kasetsart University.

3.3.2 ตำรา หนังสือ บทความทางวิชาการ

ไม่มี

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 3204	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่	3(3-0-6)
MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)
MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่	3(3-0-6)
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1(0-3-2)

4. นางสาวพรรณรัตน์ บุญกว้าง

4.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

4.2 ประวัติการศึกษา

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

4.3 ผลงานทางวิชาการ

4.3.1 ผลงานวิจัย

บทความวิจัยตีพิมพ์วารสารภายในประเทศ

รวมพร มาลา, ธนกร สิริสุดันธา, และ พรรณรัตน์ บุญกว้าง (2566, กันยายน–ธันวาคม). การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพด้านการเกษตรในยุคหลังโควิด-19. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 8*(3), 17–27.

4.3.2 ตำรา หนังสือ บทความทางวิชาการ

ไม่มี

4.4 ประสบการณ์การทำงาน

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

4.5 ภาระงานสอน

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MK 1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
MK 2108	การสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)
MK 3304	การจัดการการขายเชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)
MK 3311	นวัตกรรมทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)
MK 4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	1(0-3-2)
MK 4904	สัมมนาด้านการตลาดสมัยใหม่	1(45)

5. นางสาวเบญพร หน่อชาย

5.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

5.2 ประวัติการศึกษา

ระดับ	คุณวุฒิ	สถาบันการศึกษา	ปีพ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาโท	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2544
ปริญญาตรี	บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2540

5.3 ผลงานทางวิชาการ

5.3.1 ผลงานวิจัย

บทความวิจัยตีพิมพ์วารสารภายในประเทศ

Chum-Un, M., Jaikaew, A., Saipang, J., Nochai, B., & Arsarkij, J. (2022, September-December). Brand and Business Model Building from Community Identity for Competitive Advantages of Mae Win Sub-District, Mae Wang District, Chiang Mai Province. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal, 23*(3), 89-108.

5.3.2 ตำรา หนังสือ บทความทางวิชาการ

ไม่มี

5.4 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2553-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ. 2552-2553	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ,ธนาคารทหารไทย จังหวัด เชียงราย
พ.ศ. 2549-2551	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์ (โค้ก,แฟนต้า,สไปร์ท) บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดสงขลา
พ.ศ. 2545-2546	เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด, บริษัทแกรนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

5.5 ภาระงานสอน

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	หน่วยกิต
MK 1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
MK 3204	การจัดการการค้าปลีกสมัยใหม่	3(3-0-6)
MK 2104	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และโลจิสติกส์ทางการตลาด	3(3-0-6)
MK 3303	การจัดการตราสินค้าเชิงสร้างสรรค์	3(3-0-6)
MK 3309	การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
MK 3401	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านการตลาด	3(3-0-6)
MK 4308	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่	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 คณะหรือวิทยาลัยตามกฎกระทรวงการจัดตั้งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และให้หมายความรวมถึงคณะหรือวิทยาลัยที่เป็นส่วนงานภายใน ตามกฎหมายว่าด้วยการบริหารส่วนงานภายในของสถาบันอุดมศึกษา

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สารุ่ง สันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

ข้อ ๘ คุณสมบัติและเงื่อนไขการเข้าเป็นนักศึกษา

(๑)เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จากสถาบันการศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการ ให้การรับรอง หรือ

(๒)เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นอนุปริญญา หรือปริญญาชั้นใดชั้นหนึ่งหรือเทียบเท่าจากสถาบันอุดมศึกษาที่สภามหาวิทยาลัยรับรอง

นอกเหนือจากคุณสมบัติและเงื่อนไขตาม (๑) และ (๒) แล้ว มหาวิทยาลัยอาจกำหนดคุณสมบัติอื่นตามที่หลักสูตรกำหนดก็ได้ โดยให้จัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

สำหรับนักศึกษาต่างชาติต้องสำเร็จการศึกษาตามวรรคหนึ่ง และวรรคสอง เช่นเดียวกัน

ข้อ ๙ มหาวิทยาลัยจะสอบคัดเลือกหรือคัดเลือกผู้มีคุณสมบัติตามข้อ ๘ เข้าเป็นนักศึกษาเป็นคราว ๆ ไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๐ มหาวิทยาลัยอาจสอบคัดเลือกหรือคัดเลือกบุคคลเข้าเป็นนักศึกษาตามนโยบายของสภามหาวิทยาลัยหรือรัฐบาลก็ได้

มหาวิทยาลัยอาจรับบุคคลเข้าเป็นนักศึกษาตามโครงการความร่วมมือทางวิชาการหรือตามนโยบายของมหาวิทยาลัยก็ได้

ข้อ ๑๑ ผู้ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาหรือผู้ที่มหาวิทยาลัยรับเข้าเป็นนักศึกษา จะมีสถานภาพเป็นนักศึกษาเมื่อได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาแล้ว ทั้งนี้ ตามวันเวลาและสถานที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

ผู้ที่จะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาตามวรรคหนึ่งต้องไม่เป็นโรคหรือภาวะอันเป็นอุปสรรคในการศึกษา

หมวด ๒
การลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๒ การลงทะเบียนเรียน ให้ดำเนินการดังต่อไปนี้

(๑) การกำหนดวันและวิธีการลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

(๒) การลงทะเบียนต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของหลักสูตร

(๓) การลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาปกติ กรณีนักศึกษาภาคปกติจะต้องลงทะเบียนเรียนไม่ต่ำกว่า ๙ หน่วยกิต แต่ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต กรณีนักศึกษาภาคพิเศษจะต้องลงทะเบียนเรียนไม่ต่ำกว่า ๙ หน่วยกิต แต่ไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิต **ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย**

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาร่ง ตันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

(๔) การลงทะเบียนเรียนในภาคฤดูร้อน ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิต

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

หลักเกณฑ์และวิธีการลงทะเบียนเรียนตามวรรคสองให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๓ การลงทะเบียนรายวิชาจะสมบูรณ์ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมต่างๆ และมหาวิทยาลัยได้รับหลักฐานครบถ้วนแล้ว

ข้อ ๑๔ นักศึกษาอาจขอลงทะเบียนเข้าร่วมศึกษารายวิชาใด ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ได้ โดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ผู้สอน และให้ยื่นคำร้องต่อสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนภายในช่วงเวลาการเพิ่มถอนรายวิชาในภาคการศึกษานั้น ทั้งนี้ จำนวนหน่วยกิตเรียนทั้งหมดจะต้องไม่เกินจำนวนที่ระบุไว้ในข้อ 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 และต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นก่อนกำหนดการสอบปลายภาคการศึกษาไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์ ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ที่ปรึกษา

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

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สารุ่ง ตันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

หมวด ๔
การวัดผลและประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๑๙ นักศึกษาต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดของรายวิชานั้น จึงจะมีสิทธิเข้าสอบปลายภาคในรายวิชาดังกล่าวได้ ในกรณีที่นักศึกษามีเหตุจำเป็นหรือเหตุสุดวิสัยทำให้มีเวลาเรียนน้อยกว่าร้อยละ ๘๐ แต่ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ อาจารย์ผู้สอนอาจพิจารณาอนุญาตให้เข้าสอบในรายวิชานั้นก็ได้

ในกรณีมีนักศึกษาไม่มีสิทธิเข้าสอบปลายภาคตามวรรคหนึ่ง ให้อาจารย์ผู้สอนส่งรายชื่อนักศึกษาผู้นั้นให้คณะเพื่อนำส่งสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนประกาศรายชื่อ ทั้งนี้ ให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จไม่น้อยกว่าสองสัปดาห์ก่อนวันสอบปลายภาค

ข้อ ๒๐ การวัดผลให้ใช้วิธีการที่หลากหลาย ทำการวัดผลเป็นระยะ ๆ ระหว่างภาคการศึกษา และทำการวัดผลเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนของภาคการศึกษานั้น โดยต้องมีคะแนนระหว่างภาคการศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐

กรณีหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับองค์กรวิชาชีพ มหาวิทยาลัยอาจกำหนดการวัดผลที่แตกต่างไปจากวรรคหนึ่งก็ได้ 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

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาธุง ตันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

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 โดยอาจารย์ผู้สอนส่งผลการประเมินภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

นอกจากที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่งการให้สัญลักษณ์ F จะให้ได้ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) นักศึกษาผู้นั้นไม่มีสิทธิเข้าสอบปลายภาคตามข้อ ๑๙ วรรคสอง

(๒) นักศึกษาผู้นั้นประพฤติผิดตามที่ข้อบังคับหรือระเบียบมหาวิทยาลัยกำหนดไว้

(๓) เปลี่ยนจากสัญลักษณ์ I IP หรือ M ในกรณีที่อาจารย์ผู้สอนไม่ได้ส่งผลการประเมินภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๒๓ สัญลักษณ์ S หรือ U จะให้ได้เฉพาะรายวิชาที่หลักสูตรกำหนดให้เรียนเพิ่มเติมตามข้อกำหนดเฉพาะ กรณีนักศึกษาได้สัญลักษณ์ U ในรายวิชาใด นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นใหม่จนกว่าจะได้สัญลักษณ์ S

ข้อ ๒๔ สัญลักษณ์ I จะให้ได้ในกรณีที่การวัดผลระหว่างภาคการศึกษาไม่สมบูรณ์และหรือการวัดผลของภาคการศึกษานั้นไม่สมบูรณ์ และนักศึกษาต้องดำเนินการขอรับการประเมินเพื่อเปลี่ยนสัญลักษณ์ I เป็นสัญลักษณ์ ตามข้อ ๒๑ (๑)

กรณีนักศึกษาไม่ดำเนินการตามวรรคหนึ่ง ให้อาจารย์ผู้สอนทำการประเมินเฉพาะผลงานที่มีอยู่และส่งผลการประเมินภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากพ้นกำหนดให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนเปลี่ยนสัญลักษณ์ I เป็น F หรือ U แล้วแต่กรณี

ข้อ ๒๕ สัญลักษณ์ IP จะให้ได้ในกรณีที่รายวิชานั้นยังมีการศึกษาต่อเนื่องอยู่ และยังไม่ได้ทำการวัดผลหรือประเมินผลภายในภาคการศึกษาที่ลงทะเบียน โดยสัญลักษณ์ IP จะถูกเปลี่ยนเมื่อได้ทำการวัดผลและประเมินผลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ อาจารย์ผู้สอนต้องส่งผลการประเมินภายในวันสุดท้ายของการเรียนการสอนของภาคการศึกษาถัดไป หากพ้นกำหนดให้สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนเปลี่ยนสัญลักษณ์ IP เป็น F หรือ U แล้วแต่กรณี

ให้มหาวิทยาลัยกำหนดรายวิชาที่ให้สัญลักษณ์ IP โดยจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาธุง ต้นตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๖ สัญลักษณ์ M จะให้ได้เฉพาะรายวิชาที่นักศึกษามีสิทธิสอบปลายภาคแต่ขาดสอบ

เมื่อนักศึกษาได้สัญลักษณ์ M ให้นักศึกษายื่นคำร้องขออนุญาตสอบตามประกาศของมหาวิทยาลัย และเมื่อได้รับอนุญาตให้สอบ ให้อาจารย์ผู้สอนดำเนินการวัดผลและประเมินผลแล้วส่งผลการประเมินภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด 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 หากเวลาเรียนไม่ครบตามที่กำหนดหรือนักศึกษาไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดสำหรับการเรียนการสอนในรายวิชานั้น อาจารย์ผู้สอนอาจพิจารณาเปลี่ยนสัญลักษณ์ V เป็น W ก็ได้

ข้อ ๒๙ รายวิชาที่มหาวิทยาลัยอนุมัติให้ได้รับการยกเว้นการเรียนตามหมวด ๙ แห่งข้อบังคับนี้ ให้บันทึกสัญลักษณ์ไว้ในใบรายงานผลการศึกษา ตามระเบียบมหาวิทยาลัยว่าด้วยการออกหลักฐานแสดงผลการศึกษา ดังนี้

(๑) สัญลักษณ์ S จะให้ได้เฉพาะรายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการเรียนจากการศึกษาในระบบ

(๒) รายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการเรียนจากการศึกษานอกระบบและหรือการศึกษาตามอัธยาศัยให้ได้รับสัญลักษณ์ ดังนี้

(ก) สัญลักษณ์ CS (Credits from Standardized Test) จะให้ได้เฉพาะกรณีได้หน่วยกิตจากการทดสอบมาตรฐาน

(ข) สัญลักษณ์ CE (Credits from Examination) จะให้ได้เฉพาะกรณีได้หน่วยกิตจากการทดสอบด้วยการสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน

(ค) สัญลักษณ์ CT (Credits from Training) จะให้ได้เฉพาะกรณีได้หน่วยกิตจากการประเมินการศึกษา หรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยรับรอง

(ง) สัญลักษณ์ CP (Credits from Portfolio) จะให้ได้เฉพาะกรณีได้หน่วยกิตจากการเสนอแฟ้มสะสมผลงาน

ข้อ ๓๐ สัญลักษณ์ค่าระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ในแต่ละรายวิชาให้ถือตามเกณฑ์ ดังนี้

(๑) รายวิชาที่เรียนตามหลักสูตร ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ในกลุ่มวิชาประสบการณ์ภาคสนามหรือฝึกประสบการณ์วิชาชีพต้องไม่ต่ำกว่าสัญลักษณ์ C

(๒) รายวิชาที่เรียนตามหลักสูตร ยกเว้น (๑) ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ต้องไม่ต่ำกว่าสัญลักษณ์ D

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สารุง ตันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

ถ้านักศึกษาสอบตกในรายวิชาใดต้องลงทะเบียนเรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้ เว้นแต่ถ้าสอบตกในรายวิชาศึกษาทั่วไป รายวิชาเลือก หรือรายวิชาเลือกเสรี สามารถเปลี่ยนไปลงทะเบียนเรียนรายวิชาอื่นตามเกณฑ์ที่กำหนดในหลักสูตรได้ หรือ ถ้ามีรายวิชาศึกษาทั่วไป รายวิชาเลือก หรือรายวิชาเลือกเสรีที่สอบได้ครบตามเกณฑ์ที่กำหนดในหลักสูตรแล้วไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนเรียนอีก

ข้อ ๓๑ การคำนวณค่าระดับคะแนนเฉลี่ย ให้ดำเนินการดังนี้

(๑) ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคการศึกษา และค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยให้คำนวณจากรายวิชาที่มีค่าระดับคะแนนตามข้อ ๒๑ โดยใช้เลขทศนิยม ๒ ตำแหน่งและไม่ปัดเศษ

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

(๓) ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ย ให้คำนวณจากทุกรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียน 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 ซึ่งมหาวิทยาลัยเห็นสมควรสนับสนุน สำหรับกรณีอื่นให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

(๓) เจ็บป่วย หรือประสบอุบัติเหตุหรือภยันตราย จนไม่สามารถศึกษาต่อให้ได้ผลดีต่อไป

(๔) ไม่ได้ลงทะเบียนรายวิชา หรือลงทะเบียนไม่สมบูรณ์ หรือถอนทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนโดยไม่ได้รับสัญลักษณ์ W

(๕) เหตุผลอื่นที่อาจารย์ที่ปรึกษาเห็นสมควร

ข้อ ๓๔ การลาพักการศึกษาตามข้อ ๓๓ นักศึกษาจะต้องยื่นใบลาตามแบบที่สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนกำหนด พร้อมด้วยหนังสือยินยอมจากผู้ปกครองเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา คณบดี และอธิการบดี

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาธุง ตันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

เพื่อพิจารณาอนุมัติตามลำดับ เว้นแต่กรณีนักศึกษาที่บรรลุนิติภาวะสามารถลาพักการศึกษาได้โดยไม่ต้องมีหนังสือยินยอมจากผู้ปกครอง

กรณีนักศึกษาเป็นผู้ที่ลาศึกษาต่อต้องมีหนังสือยินยอมจากหัวหน้าหน่วยงานต้นสังกัด

การลาพักการศึกษา จะกระทำได้ครั้งละ ๑ ภาคการศึกษา ถ้าจำเป็นต้องลาพักการศึกษาต่อให้ยื่นใบลาใหม่

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

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาวุ่ง ตันตระกูล
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

ให้มหาวิทยาลัยกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเพื่อดำเนินการตามวรรคหนึ่ง และจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของสภาวิชาการ

ข้อ ๔๐ การยกเว้นการเรียนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนดและจัดทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย 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 หรือเป็นไปตามระเบียบและข้อบังคับของมหาวิทยาลัยที่กำหนดไว้

(๘) ลาออก

(๙) ตาย

ข้อ ๔๒ ให้นักศึกษาภาคพิเศษพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาเมื่ออยู่ในเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(๑) สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรและได้รับอนุมัติให้ปริญญา

(๒) ผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนสะสมเฉลี่ยต่ำกว่า ๑.๕๐ เมื่อสิ้นปีการศึกษาที่ ๑ นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน โดยนับจำนวนภาคการศึกษารวมทั้งภาคการศึกษาที่มีการลาพักการศึกษาด้วย

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาริ่ง ตันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

(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 ๙
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 สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๔ ปี หรือใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๐ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๕ ปี โดยไม่นับรวมภาคฤดูร้อน ทั้งนี้ ไม่นับรวมภาคการศึกษาปกติที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาธุง ตันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

(๓) นักศึกษาภาคพิเศษใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๒ ภาคการศึกษาสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๔ ปี หรือใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๕ ภาคการศึกษาสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี ๕ ปี โดยนับรวมภาคฤดูร้อน ทั้งนี้ 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 กรณีนักศึกษาที่มีสภาพเป็นนักศึกษาอยู่ก่อนวันที่ข้อบังคับนี้ใช้บังคับให้ใช้ข้อบังคับ ระเบียบ และประกาศที่ใช้บังคับในขณะนั้นโดยอนุโลมต่อไป จนกว่าจะสำเร็จการศึกษาหรือพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

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

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๗

(ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ภิตติชัย วัฒนานิกร)
นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สารุ่ง ตันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

หมายเหตุ: เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานวิชาการและวิชาชีพ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการรับรองวิทยฐานะและมาตรฐานการศึกษา และเพื่อให้การบริหารงานด้านวิชาการดำเนินไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๘ และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง แนวทางการบริหารเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๔๘ ประกอบกับความในมาตรา ๑๘ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๕๗ ให้สภามหาวิทยาลัยมีอำนาจในการออกกฎ ระเบียบ ประกาศ และข้อบังคับของมหาวิทยาลัยได้ จึงจำเป็นต้องออกข้อบังคับนี้

ถูกต้องตามมติสภามหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาริ่ง ตันตระกูล)
รองอธิการบดี
เลขานุการสภามหาวิทยาลัย

ภาคผนวก จ

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรและคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2568)



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ที่ ๔๒๓๐ /๒๕๖๖
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๘)

เพื่อให้การปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ตามเกณฑ์มาตรฐานของ สป.อว. ปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาทางด้านอาชีพและวิชาการ ตอบโจทย์ความต้องการของท้องถิ่น สังคม และประเทศชาติอย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้การดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรเป็นไปด้วยความเรียบร้อยสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๘) รายนามต่อไปนี้

คณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิทธ์ทัย	ตันสุหัช	ประธานกรรมการ
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานพ	ชุ่มอุ่น	กรรมการ
๓. อาจารย์พรพิมล	ภาบบัว	กรรมการ
๔. อาจารย์ ดร. ปะราสี	อเนก	กรรมการ
๕. อาจารย์พรรณรัตน์	บุญกว้าง	กรรมการ
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จินดาภา	ศรีสำราญ	กรรมการ
๗. อาจารย์เบญจพร	หน่อชาย	กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการยกร่างหลักสูตร

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.กิชากาท	ทับรุ่แท	ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการ
๒. นายณรงค์	ตนานุวัฒน์	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาชีพ
๓. นายพหล	ตาปัญญา	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาชีพ
๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิทธ์ทัย	ตันสุหัช	กรรมการ
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานพ	ชุ่มอุ่น	กรรมการ
๖. อาจารย์พรพิมล	ภาบบัว	กรรมการ
๗. อาจารย์ ดร. ปะราสี	อเนก	กรรมการ
๘. อาจารย์พรรณรัตน์	บุญกว้าง	กรรมการ
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จินดาภา	ศรีสำราญ	กรรมการ
๑๐. อาจารย์ เบญจพร	หน่อชาย	กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร	บุญมาก	ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการ
๒. นายจุลนิตย์	วังวิวัฒน์	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาชีพ
๓. นางอัญชลี	ลิ้มเลิ่งเสิศ	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาชีพ
๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นัทธ์หทัย	ต้นสุหัช	กรรมการ
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานพ	ชุ่มอุ่น	กรรมการ
๖. อาจารย์พรพิมล	กาบบัว	กรรมการ
๗. อาจารย์ ดร. ปะราลี	อเนก	กรรมการ
๘. อาจารย์พรรณรัตน์	บุญกว้าง	กรรมการ
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จินดาภา	ศรีสำราญ	กรรมการ
๑๐. อาจารย์เบญจพร	หน่อชาย	กรรมการและเลขานุการ

สั่ง ณ วันที่ ๒๖ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

(รองศาสตราจารย์.ดร.ชาตรี มณีโกศล)
รักษาราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ภาคผนวก ฉ
การสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Stakeholder's Need)

การสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's Need)

การสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นหนึ่งในขั้นตอนสำคัญของการพัฒนาและบริหารหลักสูตรบนฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ คือ (1) Stakeholder Need and Requirement (2) Graduate Attribute (GA) (3) Programme Learning Outcomes (PLOs) (4) Curriculum Development Backward Curriculum Design (BCD) (5) Year Learning Outcomes (YLOs) และ (6) Course Learning Outcomes (CIOs) โดยการสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตรมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดเกณฑ์การเลือกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งหลักสูตรได้กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการออกแบบหลักสูตรเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

1.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลัก (Primary Stakeholders) เป็นผู้ใกล้ชิดโดยตรงและได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางตรงจากการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนและการผลิตบัณฑิตของหลักสูตร หรือเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาหลักสูตรสูง และได้รับผลกระทบต่อการพัฒนาหลักสูตรสูง ได้แก่ ผู้ใช้บัณฑิต ผู้ใช้แรงงาน สถานประกอบการ เครือข่ายสหกิจ สถานฝึกประสบการณ์วิชาชีพ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน ศิษย์ปัจจุบัน รวมถึงกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคตเพื่อรองรับอาชีพที่จะเกิดใหม่ในอนาคต โดยกำหนดเกณฑ์การเลือกว่า เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องใช้ทรัพยากรมนุษย์ในการทำงานในองค์กรในอนาคต อาทิ สถานประกอบการ บริษัท หรือห้างร้านต่าง ๆ

1.2 กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียรอง (Secondary Stakeholders) เป็นผู้เกี่ยวข้องโดยอ้อมหรือเป็นผู้ได้รับประโยชน์ หรือผลกระทบทางอ้อมจากจากการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนและการผลิตบัณฑิตของหลักสูตร เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โรงเรียนมัธยมศึกษา ผู้บริหารงานวิชาการ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว) ตลอดจนประชาชนทั่วไปและนักเรียนในโรงเรียนต่าง ๆ

2. กำหนดวิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียรอง ซึ่ง วิธีการได้มาซึ่งข้อมูลสมรรถนะที่จำเป็นและข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การวิเคราะห์กลุ่ม วิธีการได้มาซึ่งข้อมูลสมรรถนะที่จำเป็น ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียวิธีการได้มาซึ่งข้อมูล

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การวิเคราะห์กลุ่ม	วิธีการได้มาซึ่งข้อมูลสมรรถนะที่จำเป็น	ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ผู้ใช้บัณฑิต/ผู้ใช้แรงงาน - สถานประกอบการ - เครือข่ายสหกิจ - สถานฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 50 คน	HPHI	- การสนทนากลุ่ม - การใช้แบบประเมินจากสถานประกอบการ	Hard and Soft Skill, Digital Skill and Digital Mindset, Ethic, Entrepreneurial Skills, Leadership, Marketing Technology & AI, Design Thinking, Data Analytical, Creative, Attitude, Innovation, Computer, Software, Growth Mindset, Multiskills, Teamwork and Collaboration English Language
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร - อาจารย์ผู้สอน จำนวน 7 คน	HPHI	- การสนทนากลุ่ม	Hard and Soft Skill, Digital Skill, Creative, Innovation, Ethic, and Meta-Cognitive skills, Social and Emotional Skills, Practical Skills
- ศิษย์เก่า จำนวน 10 คน - ศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 20 คน	LPHI	- การสนทนากลุ่ม - การใช้แบบสอบถาม	Computer, Software, Attitude, Marketing Software, Teamwork and Collaboration, English Language
- สป.อว.	HPLI	- การสืบค้นข้อมูลจากสื่อสังคม	Learning Outcomes: Knowledge, Skills, Ethics, and Charracter
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	HPLI	- การสืบค้นข้อมูลจากสื่อสังคม	Philosophy, Vision, Mission, Strategies and Identity

3. ระบุประเด็นของการ Comment จาก Stakeholders เพื่อทำเป็น Needs

3.1 ข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3.2 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของศิษย์เก่า

3.4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบัน

3.4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

3.5 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของอาจารย์อาจารย์ผู้สอน

4. ระบุข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและอัตลักษณ์ของบัณฑิตของหลักสูตร พร้อมทั้งเชื่อมโยงความต้องการของ Stakeholders กับ GA

5. กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs: Program Learning Outcome) ว่าผู้เรียนควรมีความรู้ ทักษะและเจตคติ (Knowledge, Skills, Attitude) อย่างไร โดยใช้คำกริยาจาก Bloom's Taxonomy และเขียนผลลัพธ์ปลายทางของการวัด PLO ที่ชัดเจนตามลำดับการเรียนรู้ในแต่ละชั้นปี โดยความสอดคล้องของ SHs กับ PLOs แสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสอดคล้องของผลลัพทธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่ม/ความต้องการ	PLOs			
	1	2	3	4
คุณลักษณะที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการ				
1) ผู้ใช้บัณฑิต				
– มีทักษะการปฏิงานทางการตลาดที่ดีและมีคุณภาพ	✓	✓	✓	✓
– มีทักษะการเรียนรู้และเป็นนักเรียนรู้ตลอดชีวิต	✓	✓		
– มีทักษะในการจัดการปัญหาและข้อขัดแย้งได้อย่างสร้างสรรค์	✓	✓		
– มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณ คิดเชิงสร้างสรรค์และคิดเชิงออกแบบเพื่อการพัฒนาตนและการพัฒนางาน	✓	✓		
– สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อใช้ประโยชน์ในการทำงานได้เป็นอย่างดี				✓
– สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมและสร้างทีมงานที่มีศักยภาพ				✓
– สามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม				✓
– มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี				✓
– รู้ทันเทคโนโลยีดิจิทัลและสามารถนำมาปรับใช้ในการทำงานและการใช้ชีวิตในยุคใหม่หรือยุคดิจิทัลได้		✓		
– มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานด้านการตลาด				✓
– ยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรมในการทำธุรกิจ			✓	

กลุ่ม/ความต้องการ	PLOs			
	1	2	3	4
2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร				
– ควรเพิ่มเนื้อหาด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับกลยุทธ์การตลาดที่สอดรับกับความต้องการของสถานประกอบการ		✓		
– ส่งเสริม สนับสนุนและฝึกฝนความรู้ในด้านภาษาอังกฤษ ให้แก่นักศึกษา โดยเชื่อมโยงกับสถานประกอบการที่ใช้ภาษาต่างประเทศในการทำงานจริง				✓
– เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติจริง และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำการตลาดกับนักธุรกิจภายนอกมากขึ้น	✓			
3) อาจารย์ผู้สอน				
– ควรมีการจัดการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้าไปศึกษาการดำเนินธุรกิจจริงเพื่อเพิ่มประสบการณ์ในวิชาชีพ	✓			
– ควรพัฒนาเนื้อหารายวิชาให้เหมาะกับยุคสมัยเพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานที่สอดคล้องกับตลาดแรงงาน	✓	✓		
– ต้องมีทักษะทางด้านวิชาการและทักษะการทำงานทั้ง Hard Skill และ Soft Skill ควบคู่กันไป	✓	✓		✓
4) ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน				
– มีวินัย ตรงต่อเวลา มีจิตสาธารณะ มีการตื่นตัวในการทำงาน ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและการเป็นผู้ฟังที่ดี			✓	
– ความรู้ในวิชาชีพทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ทันสมัยต่อสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม	✓			
– รู้จักที่จะปฏิบัติตัว วางตัว หรือการสื่อสารกับหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานที่เหมาะสม				✓
– มีบุคลิกภาพที่ดี มีทัศนคติ และ Good mindset ที่พร้อมที่จะลองทำ ลองแก้ปัญหาด้วยตัวเอง				✓

ภาคผนวก ช
บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ



CPALL

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ
การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานและสหกิจศึกษา
ระหว่าง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กับ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน (สำนักงานใหญ่)

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการฉบับนี้จัดทำขึ้นระหว่างคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ ๒๐๒ ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ ๕๐๓๐๐ โดยรองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี มณีโกศล ตำแหน่ง รักษาราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า สถานศึกษา ฝ่ายหนึ่งกับ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน (สำนักงานใหญ่) โดยมี นายประยูร บพเก้า ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป ตั้งอยู่เลขที่ ๓๓๓ อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ชั้น ๒๔ ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก จังหวัดกรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ ๑๐๕๐๐ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า **สถานประกอบการ** อีกฝ่ายหนึ่ง

โดยที่สถานศึกษา คณะวิทยาการจัดการ เป็นส่วนราชการสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมูลนิธิเอ็มพลัส มีเจตนารมณ์ร่วมกันในการส่งเสริมและสนับสนุนการรับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated Education: CWIE) เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงในการทำงานเป็นการเรียนรู้สถานการณ์และสภาพการณ์ที่เป็นจริงของการทำงาน อีกทั้งเป็นการนำเอาความรู้ที่ได้รับทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติไปทดลองใช้ เพื่อเป็นการทบทวนให้เกิดความชัดเจนเห็นจริงในองค์ความรู้ที่ได้รับอันจะเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษาในการเตรียมความพร้อมในพฤติกรรมทุกด้าน ทั้งในด้านคุณธรรมจริยธรรม ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ สติปัญญา เจตคติที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อที่จะออกไปดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผลต่อสังคมในที่สุด ทั้งสองฝ่ายได้ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ ในการพัฒนาบุคลากร และส่งเสริมสนับสนุนการการรับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) ในการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรในสังกัดคณะวิทยาการจัดการ ทั้งระดับบัณฑิตและระดับบัณฑิตศึกษา

หน่วยงานทั้งสองจะบูรณาการการทำงานร่วมกัน มุ่งพัฒนานักศึกษาให้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง และพัฒนาบัณฑิตให้เป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มีรายละเอียดข้อตกลงดังนี้

ข้อ ๑ วัตถุประสงค์

๑.๑ ร่วมกันพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา ทั้งด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนในศาสตร์ที่แต่ละฝ่ายมีความเชี่ยวชาญ เพื่อสร้างบัณฑิตให้มีสมรรถนะที่บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้

๑.๒ เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้วัฒนธรรมองค์กร ระบบการทำงาน รวมถึงปฏิบัติงานจริงระหว่างเรียน สามารถเชื่อมโยงการเรียนรู้ในชั้นเรียนกับประสบการณ์การทำงานในสภาพจริงของสถานประกอบการภายใต้การแนะนำจากผู้มีประสบการณ์

๑.๓ ประสานความร่วมมือในกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่บูรณาการร่วมกันที่ส่งเสริม สนับสนุนให้นักศึกษาได้ความรู้ ทักษะและเจตคติที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการสามารถปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสมและก้าวทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

๑.๔ ร่วมมือกันในการส่งเสริมและผลิตผลงานวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ช่วยแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของภาครัฐและเอกชน ทั้งด้านการวิจัย การแลกเปลี่ยนวิทยากร และการศึกษาดูงาน

๑.๕ เปิดโอกาสให้สถานประกอบการได้ประเมินและคัดเลือกนักศึกษาเข้าทำงานได้ตรงตามคุณสมบัติที่ต้องการ

ข้อ ๒ กรอบและแนวทางความร่วมมือ

๒.๑ ความรับผิดชอบของ "สถานศึกษา"

๒.๑.๑ อำนวยความสะดวกให้สถานประกอบการในการพิจารณาคัดเลือกนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

๒.๑.๒ จัดให้นักศึกษาได้รับการฝึกอบรม และปฐมนิเทศนักศึกษา ก่อนการเริ่มฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา

๒.๑.๓ จัดนักศึกษานักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า ๑๖ สัปดาห์ อย่างต่อเนื่อง

๒.๑.๔ จัดอาจารย์ หรือบุคลากร ในการนิเทศงานและให้คำปรึกษาในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน รวมถึงการให้คำปรึกษาในการจัดทำรายงานวิชาการ หรืองานวิจัย หรือโครงงาน ตลอดจนติดตามผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักศึกษา

๒.๑.๕ จัดผู้ประสานงานในการทำงานร่วมกับสถานประกอบการ โดยร่วมกันพัฒนาหลักสูตร พัฒนาสื่อการเรียนการสอน ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ

๒.๑.๖ จัดให้คณาจารย์นิเทศ ผู้ปฏิบัติงานด้าน CWIE รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้าอบรมหลักสูตรสูตรสำหรับผู้บริหาร คณาจารย์ และผู้ปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) หรือหลักสูตรอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ตามที่สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สป.อว.) กำหนด

๒.๑.๗ ร่วมเสนอแนะแนวทางการดำเนินงาน ประชุม วางแผน จัดระบบ ระเบียบและจัดกิจกรรมอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายจะให้ความช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อพัฒนานักศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพและให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงความร่วมมือ

๒.๑.๘ นักศึกษาที่เข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) ตามบันทึกข้อตกลงนี้ มิได้มีฐานะเป็นพนักงานของสถานประกอบการ ดังนั้น สถานศึกษาจะกำชับและห้ามมิให้นักศึกษาอ้างหรือแสดงตนกับบุคคลอื่นว่าเป็นหรือเสมือนเป็นพนักงาน และ/หรือลูกจ้างของสถานประกอบการ ไม่ว่ากรณีใด ๆ และให้นักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของสถานประกอบการอย่างเคร่งครัด

๒.๒ ความรับผิดชอบของ "สถานประกอบการ"

๒.๒.๑ สนับสนุนด้านการจัดการศึกษา ในการรับฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

๒.๒.๒ กำหนดภาระงาน หรือลักษณะงานที่นักศึกษาต้องปฏิบัติ (Job Description) หรือหัวข้อรายงานวิชาการ หรือหัวข้องานวิจัย หรือหัวข้อโครงงาน ที่สอดคล้องกับวิชาชีพและประสบการณ์การทำงานให้แก่การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

๒.๒.๓ จัดพนักงานผู้ควบคุมดูแลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา โดยมีหน้าที่ให้คำปรึกษาในระหว่างฝึกปฏิบัติงานรวมถึงการให้คำปรึกษาในการจัดทำรายงานวิชาการหรืองานวิจัย หรือโครงงาน และ/หรือ สนับสนุนความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกัน เช่น การทำวิจัย การฝึกอบรม การจัดกิจกรรมให้บริการทางวิชาการและวิชาชีพ เป็นต้น

๒.๒.๔ จัดให้พนักงานผู้รับผิดชอบ หรือผู้ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษา หรือรวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้าอบรมเข้าอบรมสูตรสำหรับผู้บริหาร คณาจารย์ และผู้ปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) หรือหลักสูตรอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ตามที่ สป.อว. กำหนด เพื่อสร้างมาตรฐานของการปฏิบัติงาน ให้มีองค์ความรู้ ศักยภาพ และสมรรถนะด้าน CWIE ที่จะนำไปใช้ในการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจะทำให้การผลิตบัณฑิตเป็นไปตามเป้าหมาย

๒.๒.๕ อาจกำหนด หรือจ่ายค่าตอบแทน ค่าส่วงเวลา หรือสวัสดิการอื่น ๆ ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาตามที่เห็นสมควร

๒.๒.๖ ประเมินผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักศึกษา

๒.๒.๗ สนับสนุนกิจกรรมการเรียนการสอนแบบบูรณาการกับการทำงาน โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้ในสถานประกอบการตามรูปแบบที่สถานประกอบการเห็นสมควร เพื่อให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้บรรลุสมรรถนะที่หลักสูตรได้กำหนดไว้ในแต่ละชั้นปี

๒.๒.๘ ร่วมประชุม วางแผน จัดระบบ กำหนดระเบียบ ปรับปรุงหลักสูตร เสนอแนะแนวทางการดำเนินงาน ประเมินผล หรืออื่น ๆ เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนานักศึกษาที่ครบวงจรเข้าสถานประกอบการตลาดแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ และให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงความร่วมมือ

ข้อ ๓ กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์

กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ที่เกิดจากการทำโครงงาน งานวิจัย การฝึกอบรม หรือการจัดกิจกรรมทางวิชาการตามความร่วมมือที่ระบุในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้ ให้เป็นไปตามที่ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงร่วมกันก่อนเริ่มโครงงานเป็นรายกรณีไป ซึ่งหากโครงงานใดที่กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์เป็นของสถานศึกษาแต่เพียงผู้เดียว สถานศึกษาตกลงให้สถานประกอบการใช้ประโยชน์ใด ๆ ในผลงานที่ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือค่าตอบแทนอื่นใด และทั้งนี้ไม่ว่ากรณีจะเป็นเช่นไร สถานศึกษาตกลงไม่เปิดเผยหรืออนุญาตให้บุคคล หรือนิติบุคคลอื่นที่ประกอบธุรกิจแข่งขันกับสถานประกอบการ ทราบหรือใช้ประโยชน์ในผลงานที่ได้จากความร่วมมือที่ระบุในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้

ข้อ ๔ ระยะเวลาความร่วมมือ

บันทึกข้อตกลงนี้มีผลบังคับใช้เป็นเวลา ๕ ปี นับตั้งแต่ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงนี้ และจะมีผลบังคับใช้ต่อไปอีกเมื่อได้รับความเห็นชอบร่วมกันทั้งสองฝ่ายและลงนามบันทึกข้อตกลงใหม่

ข้อ ๕ การเปลี่ยนแปลงการยกเลิกบันทึกข้อตกลง

หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือทั้งสองฝ่ายมีความประสงค์จะแก้ไขรายละเอียดในบันทึกข้อตกลงให้แจ้งอีกฝ่ายหนึ่งทราบ และเมื่อทั้งสองฝ่ายพิจารณาตกลงเห็นชอบร่วมกันในการแก้ไข ให้จัดทำเป็นบันทึกข้อความร่วมมือเพิ่มเติมเป็นลายลักษณ์อักษร และให้มีผลบังคับใช้นับตั้งแต่วันที่ทั้งสองฝ่ายได้ลงชื่อในบันทึกข้อความร่วมมือเพิ่มเติมนั้น หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือทั้งสองฝ่ายมีความประสงค์จะยกเลิกบันทึกข้อตกลง ให้แจ้งอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน (สามสิบวัน)

ข้อ ๖ การแสดงเจตนารมณ์และความตั้งใจของทั้งสองฝ่าย

บันทึกข้อตกลงฉบับนี้จัดทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดแล้ว เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมณ์และความตั้งใจของทั้งสองฝ่าย ในการดำเนินงานตามบันทึกความร่วมมือนี้จึงได้ลงลายมือชื่อร่วมกัน ต่อหน้าพยาน เมื่อวันที่ ๒๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี มณีโกศล)
รักษาราชการแทนอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ
(นายประยูร นพเก้า)
ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน (สำนักงานใหญ่)

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์)
ตำแหน่ง คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ พยาน
(นายสันติ เจิมประสาทสิทธิ์)
ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่าย
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน (สำนักงานใหญ่)

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนา อินใชย)
ตำแหน่ง รองคณบดีฝ่ายวิชาการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ พยาน
(อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน)
ตำแหน่ง รองคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพียงตะวัน พลอาจ)
ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

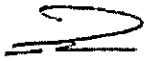
ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทธ์หทัย ตันสุหัช)
ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(อาจารย์ ดร.รัฐ ใจรักษ์)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

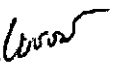
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(อาจารย์พิชญานันท์ อมรพิชญ์)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาการบัญชีและการเงิน

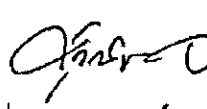
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(อาจารย์ ดร.พชรพร อากรสกุล)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาเศรษฐศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภณิช จันทร์สอง)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชานิเทศศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่





บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ
การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานและสหกิจศึกษา
ระหว่าง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กับ บริษัท สยามนิสสัน เชียงใหม่ จำกัด

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการฉบับนี้จัดทำขึ้นระหว่างคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ ๒๐๒ ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ ๕๐๓๐๐ โดยรองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี มณีโกศล ตำแหน่ง รักษาราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า สถานศึกษา ฝ่ายหนึ่งกับ

บริษัท สยามนิสสัน เชียงใหม่ จำกัด โดยมี นายจุลนิตย์ วังวิวัฒน์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ ตั้งอยู่เลขที่ ๑๕๑ หมู่ที่ ๔ตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ ๕๐๐๐๐ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า **สถานประกอบการ** อีกฝ่ายหนึ่ง

โดยที่สถานศึกษา คณะวิทยาการจัดการ เป็นส่วนราชการสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมูลนิธิเอื้มพลัส มีเจตนารมณ์ร่วมกันในการส่งเสริมและสนับสนุนการรับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated Education: CWIE) เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงในการทำงานเป็นการเรียนรู้สถานการณ์และสภาพการณ์ที่เป็นจริงของการทำงาน อีกทั้งเป็นการนำเอาความรู้ที่ได้รับทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติไปทดลองใช้ เพื่อเป็นการทบทวนให้เกิดความชัดเจนเห็นจริงในองค์ความรู้ที่ได้รับอันจะเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษาในการเตรียมความพร้อมในทุกด้านทั้งในด้านคุณธรรมจริยธรรม ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ สติปัญญา เจตคติที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อที่จะออกไปดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผลต่อสังคมในที่สุด ทั้งสองฝ่ายได้ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ ในการพัฒนาบุคลากร และส่งเสริมสนับสนุนการการรับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) ในการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรในสังกัดคณะวิทยาการจัดการ ทั้งระดับบัณฑิตและระดับบัณฑิตศึกษา

หน่วยงานทั้งสองจะบูรณาการการทำงานร่วมกัน มุ่งพัฒนานักศึกษาให้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง และพัฒนาบัณฑิตให้เป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มีรายละเอียดข้อตกลงดังนี้

ข้อ ๑ วัตถุประสงค์

๑.๑ ร่วมกันพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา ทั้งด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนในศาสตร์ที่แต่ละฝ่ายมีความเชี่ยวชาญ เพื่อสร้างบัณฑิตให้มีสมรรถนะที่บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้

๑.๒ เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้วัฒนธรรมองค์กร ระบบการทำงาน รวมถึงปฏิบัติงานจริงระหว่างเรียน สามารถเชื่อมโยงการเรียนรู้ในชั้นเรียนกับประสบการณ์การทำงานในสภาพจริงของสถานประกอบการภายใต้การแนะนำจากผู้มีประสบการณ์

๑.๓ ประสานความร่วมมือในกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่บูรณาการร่วมกันที่ส่งเสริม สนับสนุนให้นักศึกษาได้ความรู้ ทักษะและเจตคติที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการสามารถปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสมและก้าวทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

๑.๔ ร่วมมือกันในการส่งเสริมและผลิตผลงานวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ช่วยแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของภาครัฐและเอกชน ทั้งด้านการวิจัย การแลกเปลี่ยนวิทยากร และการศึกษาดูงาน

๑.๕ เปิดโอกาสให้สถานประกอบการได้ประเมินและคัดเลือกนักศึกษาเข้าทำงานได้ตรงตามคุณสมบัติที่ต้องการ

ข้อ ๒ กรอบและแนวทางความร่วมมือ

๒.๑ ความรับผิดชอบของ "สถานศึกษา"

๒.๑.๑ อำนวยความสะดวกให้สถานประกอบการในการพิจารณาคัดเลือกนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

๒.๑.๒ จัดให้นักศึกษาได้รับการฝึกอบรม และปฐมนิเทศนักศึกษา ก่อนการเริ่มฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา

๒.๑.๓ จัดนักศึกษานักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า ๑๖ สัปดาห์ อย่างต่อเนื่อง

๒.๑.๔ จัดอาจารย์ หรือบุคลากร ในการนิเทศงานและให้คำปรึกษาในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน รวมถึงการให้คำปรึกษาในการจัดทำรายงานวิชาการ หรืองานวิจัย หรือโครงงาน ตลอดจนติดตามผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักศึกษา

๒.๑.๕ จัดผู้ประสานงานในการทำงานร่วมกับสถานประกอบการ โดยร่วมกันพัฒนาหลักสูตร พัฒนาสื่อการเรียนการสอน ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ

๒.๑.๖ จัดให้คณาจารย์นิเทศ ผู้ปฏิบัติงานด้าน CWIE รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้าอบรมหลักสูตรสูตรสำหรับผู้บริหาร คณาจารย์ และผู้ปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) หรือหลักสูตรอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ตามที่สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สป.อว.) กำหนด

๒.๑.๗ ร่วมเสนอแนะแนวทางการดำเนินงาน ประชุม วางแผน จัดระบบ ระเบียบและจัดกิจกรรมอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายจะให้ความช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อพัฒนานักศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพและให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงความร่วมมือ

๒.๑.๘ นักศึกษาที่เข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) ตามบันทึกข้อตกลงนี้ มิได้มีฐานะเป็นพนักงานของสถานประกอบการ ดังนั้น สถานศึกษาจะกำชับและห้ามมิให้นักศึกษาอ้างหรือแสดงตนกับบุคคลอื่นว่าเป็นหรือเสมือนเป็นพนักงาน และ/หรือลูกจ้างของสถานประกอบการ ไม่ว่ากรณีใด ๆ และให้นักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของสถานประกอบการอย่างเคร่งครัด

๒.๒ ความรับผิดชอบของ "สถานประกอบการ"

๒.๒.๑ สนับสนุนด้านการจัดการศึกษา ในการรับฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

๒.๒.๒ กำหนดภาระงาน หรือลักษณะงานที่นักศึกษาต้องปฏิบัติ (Job Description) หรือหัวข้อรายงานวิชาการ หรือหัวข้องานวิจัย หรือหัวข้อโครงงาน ที่สอดคล้องกับวิชาชีพและประสบการณ์การทำงานให้แก่การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

๒.๒.๓ จัดพนักงานผู้ควบคุมดูแลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา โดยมีหน้าที่ให้คำปรึกษาในระหว่างฝึกปฏิบัติงานรวมถึงการให้คำปรึกษาในการจัดทำรายงานวิชาการหรืองานวิจัย หรือโครงงาน และ/หรือ สนับสนุนความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกัน เช่น การทำวิจัย การฝึกอบรม การจัดกิจกรรมให้บริการทางวิชาการและวิชาชีพ เป็นต้น

๒.๒.๔ จัดให้พนักงานผู้รับผิดชอบ หรือผู้ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษา หรือรวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้าอบรมเข้าอบรมสูตรสำหรับผู้บริหาร คณาจารย์ และผู้ปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) หรือหลักสูตรอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ตามที่ สป.อว. กำหนด เพื่อสร้างมาตรฐานของการปฏิบัติงาน ให้มีองค์ความรู้ ศักยภาพ และสมรรถนะด้าน CWIE ที่จะนำไปใช้ในการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจะทำให้การผลิตบัณฑิตเป็นไปตามเป้าหมาย

๒.๒.๕ อาจกำหนด หรือจ่ายค่าตอบแทน ค่าล่วงเวลา หรือสวัสดิการอื่น ๆ ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาตามที่เห็นสมควร

๒.๒.๖ ประเมินผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักศึกษา

๒.๒.๗ สนับสนุนกิจกรรมการเรียนการสอนแบบบูรณาการกับการทำงาน โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้ในสถานประกอบการตามรูปแบบที่สถานประกอบการเห็นสมควร เพื่อให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้บรรลุสมรรถนะที่หลักสูตรได้กำหนดไว้ในแต่ละชั้นปี

๒.๒.๘ ร่วมประชุม วางแผน จัดระบบ กำหนดระเบียบ ปรับปรุงหลักสูตร เสนอแนะแนวทางการดำเนินงาน ประเมินผล หรืออื่น ๆ เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนานักศึกษาที่ครบวงจรเข้าสถานตลาดแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ และให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงความร่วมมือ

ข้อ ๓ กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์

กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ที่เกิดจากการทำโครงงาน งานวิจัย การฝึกอบรม หรือการจัดกิจกรรมทางวิชาการตามความร่วมมือที่ระบุในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้ ให้เป็นไปตามที่ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงร่วมกันก่อนเริ่มโครงงานเป็นรายกรณีไป ซึ่งหากโครงงานใดที่กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์เป็นของสถานศึกษาแต่เพียงผู้เดียว สถานศึกษาตกลงให้สถานประกอบการใช้ประโยชน์ใด ๆ ในผลงานที่ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือค่าตอบแทนอื่นใด และทั้งนี้ไม่ว่ากรณีจะเป็นเช่นไร สถานศึกษาตกลงไม่เปิดเผยหรืออนุญาตให้บุคคล หรือนิติบุคคลอื่นที่ประกอบธุรกิจแข่งขันกับสถานประกอบการ ทราบหรือใช้ประโยชน์ในผลงานที่ได้จากความร่วมมือที่ระบุในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้

ข้อ ๔ ระยะเวลาความร่วมมือ

บันทึกข้อตกลงนี้มีผลบังคับใช้เป็นเวลา ๕ ปี นับตั้งแต่ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงนี้ และจะมีผลบังคับใช้ต่อไปอีกเมื่อได้รับความเห็นชอบร่วมกันทั้งสองฝ่ายและลงนามบันทึกข้อตกลงใหม่

ข้อ ๕ การเปลี่ยนแปลงการยกเลิกบันทึกข้อตกลง

หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือทั้งสองฝ่ายมีความประสงค์จะแก้ไขรายละเอียดในบันทึกข้อตกลงให้แจ้งอีกฝ่ายหนึ่งทราบ และเมื่อทั้งสองฝ่ายพิจารณาตกลงเห็นชอบร่วมกันในการแก้ไข ให้จัดทำเป็นบันทึกข้อความร่วมมือเพิ่มเติมเป็นลายลักษณ์อักษร และให้มีผลบังคับใช้นับตั้งแต่วันที่ทั้งสองฝ่ายได้ลงชื่อในบันทึกข้อความร่วมมือเพิ่มเติมนั้น หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือทั้งสองฝ่ายมีความประสงค์จะยกเลิกบันทึกข้อตกลง ให้แจ้งอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน (สามสิบวัน)

ข้อ ๖ การแสดงเจตนารมณ์และความตั้งใจของทั้งสองฝ่าย

บันทึกข้อตกลงฉบับนี้จัดทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดแล้ว เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมณ์และความตั้งใจของทั้งสองฝ่าย ในการดำเนินงานตามบันทึกความร่วมมือนี้จึงได้ลงลายมือชื่อร่วมกัน ต่อหน้าพยาน เมื่อวันที่ ๒๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี มณีโกศล)
รักษาราชการแทนอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ
(นายจุลนิตย์ วังวิวัฒน์)
ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ
บริษัท สยามนิสสัน เชียงใหม่ จำกัด

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์)
ตำแหน่ง คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

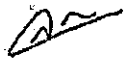
ลงชื่อ พยาน
(นายเกษตร สีลุวรรณ)
ตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกบุคคล
บริษัท สยามนิสสัน เชียงใหม่ จำกัด

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนา อินใชย)
ตำแหน่ง รองคณบดีฝ่ายวิชาการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ พยาน
(อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน)
ตำแหน่ง รองคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพียงตะวัน พลอาจ)
ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

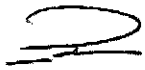
ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทธ์หทัย ตันสุหัช)
ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(อาจารย์ ดร.วัฐ ใจรักษ์)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(อาจารย์พิชญานันท์ อมรพิชญ์)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาการบัญชีและการเงิน

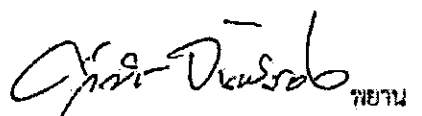
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(อาจารย์ ดร.พชรพร อาภรสกุล)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาเศรษฐศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภณิช จันทร์สอง)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชานิเทศศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่





บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ
การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานและสหกิจศึกษา
ระหว่าง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กับ บริษัท บีนีท จำกัด

บันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการฉบับนี้จัดทำขึ้นระหว่างคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ ๒๐๒ ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ ๕๐๓๐๐ โดยรองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี มณีโกศล ตำแหน่ง รักษาราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า สถานศึกษา ฝ่ายหนึ่งกับ

บริษัท บีนีท จำกัด โดยมี นางสุคนธา ชัยคำ ตำแหน่ง Strategic Human Resource Manager ตั้งอยู่เลขที่ ๒๒๗/๗๐ หมู่ที่ ๗ ตำบลสันผีเสื้อ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ ๕๐๓๐๐ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า สถานประกอบการ อีกฝ่ายหนึ่ง

โดยที่สถานศึกษา คณะวิทยาการจัดการ เป็นส่วนราชการสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมูลนิธิเอ็มพลัส มีเจตนารมณ์ร่วมกันในการส่งเสริมและสนับสนุนการรับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated Education: CWIE) เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงในการทำงานเป็นการเรียนรู้สถานการณ์และสภาพการณ์ที่เป็นจริงของการทำงาน อีกทั้งเป็นการนำเอาความรู้ที่ได้รับทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติไปทดลองใช้ เพื่อเป็นการทบทวนให้เกิดความชัดเจนเห็นจริงในองค์ความรู้ที่ได้รับอันจะเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษาในการเตรียมความพร้อมในพฤติกรรมทุกด้าน ทั้งในด้านคุณธรรมจริยธรรม ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ สติปัญญา เจตคติที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อที่จะออกไปดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผลต่อสังคมในที่สุด ทั้งสองฝ่ายได้ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ ในการพัฒนาบุคลากร และส่งเสริม สนับสนุนการการรับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) ในการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรในสังกัดคณะวิทยาการจัดการ ทั้งระดับบัณฑิตและระดับบัณฑิตศึกษา

หน่วยงานทั้งสองจะบูรณาการการทำงานร่วมกัน มุ่งพัฒนานักศึกษาให้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง และพัฒนาบัณฑิตให้เป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มีรายละเอียดข้อตกลงดังนี้

ข้อ ๑ วัตถุประสงค์

๑.๑ ร่วมกันพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา ทั้งด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนในศาสตร์ที่แต่ละฝ่ายมีความเชี่ยวชาญ เพื่อสร้างบัณฑิตให้มีสมรรถนะที่บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้

๑.๒ เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้วัฒนธรรมองค์กร ระบบการทำงาน รวมถึงปฏิบัติงานจริงระหว่างเรียน สามารถเชื่อมโยงการเรียนรู้ในชั้นเรียนกับประสบการณ์การทำงานในสภาพจริงของสถานประกอบการภายใต้การแนะนำจากผู้มีประสบการณ์

๑.๓ ประสานความร่วมมือในกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่บูรณาการร่วมกันที่ส่งเสริม สนับสนุนให้นักศึกษาได้ความรู้ ทักษะและเจตคติที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการสามารถปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสมและก้าวทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

๑.๔ ร่วมมือกันในการส่งเสริมและผลิตผลงานวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ช่วยแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของภาครัฐและเอกชน ทั้งด้านการวิจัย การแลกเปลี่ยนวิทยากร และการศึกษาดูงาน

๑.๕ เปิดโอกาสให้สถานประกอบการได้ประเมินและคัดเลือกนักศึกษาเข้าทำงานได้ตรงตามคุณสมบัติที่ต้องการ

ข้อ ๒ กรอบและแนวทางความร่วมมือ

๒.๑ ความรับผิดชอบของ "สถานศึกษา"

๒.๑.๑ อำนวยความสะดวกให้สถานประกอบการในการพิจารณาคัดเลือกนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

๒.๑.๒ จัดให้นักศึกษาได้รับการฝึกอบรม และปฐมนิเทศนักศึกษา ก่อนการเริ่มฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา

๒.๑.๓ จัดนักศึกษานักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า ๑๖ สัปดาห์ อย่างต่อเนื่อง

๒.๑.๔ จัดอาจารย์ หรือบุคลากร ในการนิเทศงานและให้คำปรึกษาในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน รวมถึงการให้คำปรึกษาในการจัดทำรายงานวิชาการ หรืองานวิจัย หรือโครงงาน ตลอดจนติดตามผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักศึกษา

๒.๑.๕ จัดผู้ประสานงานในการทำงานร่วมกับสถานประกอบการ โดยร่วมกันพัฒนาหลักสูตร พัฒนาสื่อการเรียนการสอน ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ

๒.๑.๖ จัดให้คณาจารย์นิเทศ ผู้ปฏิบัติงานด้าน CWIE รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้าอบรมหลักสูตรสูตรสำหรับผู้บริหาร คณาจารย์ และผู้ปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) หรือหลักสูตรอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ตามที่สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สป.อว.) กำหนด

๒.๑.๗ ร่วมเสนอแนะแนวทางการดำเนินงาน ประชุม วางแผน จัดระบบ ระเบียบและจัดกิจกรรมอื่น ๆ ตามที่ทั้งสองฝ่ายจะให้ความช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อพัฒนานักศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพและให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงความร่วมมือ

๒.๑.๘ นักศึกษาที่เข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) ตามบันทึกข้อตกลงนี้ มิได้มีฐานะเป็นพนักงานของสถานประกอบการ ดังนั้น สถานศึกษาจะกำชับและห้ามมิให้นักศึกษาอ้างหรือแสดงตนกับบุคคลอื่นว่าเป็นหรือเสมือนเป็นพนักงาน และ/หรือลูกจ้างของสถานประกอบการ ไม่ว่ากรณีใด ๆ และให้นักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของสถานประกอบการอย่างเคร่งครัด

๒.๒ ความรับผิดชอบของ "สถานประกอบการ"

๒.๒.๑ สนับสนุนด้านการจัดการศึกษา ในการรับฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

๒.๒.๒ กำหนดภาระงาน หรือลักษณะงานที่นักศึกษาต้องปฏิบัติ (Job Description) หรือหัวข้อรายงานวิชาการ หรือหัวข้องานวิจัย หรือหัวข้อโครงงาน ที่สอดคล้องกับวิชาชีพและประสบการณ์การทำงานให้แก่การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

๒.๒.๓ จัดพนักงานผู้ควบคุมดูแลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา โดยมีหน้าที่ให้คำปรึกษาในระหว่างฝึกปฏิบัติงานรวมถึงการให้คำปรึกษาในการจัดทำรายงานวิชาการหรืองานวิจัย หรือโครงงาน และ/หรือ สนับสนุนความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกัน เช่น การทำวิจัย การฝึกอบรม การจัดกิจกรรมให้บริการทางวิชาการและวิชาชีพ เป็นต้น

๒.๒.๔ จัดให้พนักงานผู้รับผิดชอบ หรือผู้ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษา หรือรวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้าอบรมเข้าอบรมสูตรสำหรับผู้บริหาร คณาจารย์ และผู้ปฏิบัติงานด้านสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) หรือหลักสูตรอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ตามที่ สป.อว. กำหนด เพื่อสร้างมาตรฐานของการปฏิบัติงาน ให้มีองค์ความรู้ ศักยภาพ และสมรรถนะด้าน CWIE ที่จะนำไปใช้ในการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจะทำให้การผลิตบัณฑิตเป็นไปตามเป้าหมาย

๒.๒.๕ อาจกำหนด หรือจ่ายค่าตอบแทน ค่าล่วงเวลา หรือสวัสดิการอื่น ๆ ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ/หรือ ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาตามที่เห็นสมควร

๒.๒.๖ ประเมินผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักศึกษา

๒.๒.๗ สนับสนุนกิจกรรมการเรียนการสอนแบบบูรณาการกับการทำงาน โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้ในสถานประกอบการตามรูปแบบที่สถานประกอบการเห็นสมควร เพื่อให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้บรรลุสมรรถนะที่หลักสูตรได้กำหนดไว้ในแต่ละชั้นปี

๒.๒.๘ ร่วมประชุม วางแผน จัดระบบ กำหนดระเบียบ ปรับปรุงหลักสูตร เสนอแนะแนวทางการดำเนินงาน ประเมินผล หรืออื่น ๆ เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนานักศึกษาที่ครบวงจรเข้าสถานตลาดแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ และให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงความร่วมมือ

ข้อ ๓ กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์

กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ที่เกิดจากการทำโครงงาน งานวิจัย การฝึกอบรม หรือการจัดกิจกรรมทางวิชาการตามความร่วมมือที่ระบุในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้ ให้เป็นไปตามที่ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงร่วมกันก่อนเริ่มโครงงานเป็นรายกรณีไป ซึ่งหากโครงงานใดที่กรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์เป็นของสถานศึกษาแต่เพียงผู้เดียว สถานศึกษาตกลงให้สถานประกอบการใช้ประโยชน์ได ๆ ในผลงานที่ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือค่าตอบแทนอื่นใด และทั้งนี้ไม่ว่ากรณีจะเป็นเช่นไร สถานศึกษาตกลงไม่เปิดเผยหรืออนุญาตให้บุคคล หรือนิติบุคคลอื่นที่ประกอบธุรกิจแข่งขันกับสถานประกอบการ ทราบหรือใช้ประโยชน์ในผลงานที่ได้จากความร่วมมือที่ระบุในบันทึกข้อตกลงฉบับนี้

ข้อ ๔ ระยะเวลาความร่วมมือ

บันทึกข้อตกลงนี้มีผลบังคับใช้เป็นเวลา ๕ ปี นับตั้งแต่ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงนี้ และจะมีผลบังคับใช้ต่อไปอีกเมื่อได้รับความเห็นชอบร่วมกันทั้งสองฝ่ายและลงนามบันทึกข้อตกลงใหม่

ข้อ ๕ การเปลี่ยนแปลงการยกเลิกบันทึกข้อตกลง

หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือทั้งสองฝ่ายมีความประสงค์จะแก้ไขรายละเอียดในบันทึกข้อตกลงให้แจ้งอีกฝ่ายหนึ่งทราบ และเมื่อทั้งสองฝ่ายพิจารณาตกลงเห็นชอบร่วมกันในการแก้ไข ให้จัดทำเป็นบันทึกข้อความร่วมมือเพิ่มเติมเป็นลายลักษณ์อักษร และให้มีผลบังคับใช้นับตั้งแต่วันที่ทั้งสองฝ่ายได้ลงชื่อในบันทึกข้อความร่วมมือเพิ่มเติมนั้น หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือทั้งสองฝ่ายมีความประสงค์จะยกเลิกบันทึกข้อตกลง ให้แจ้งอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน (สามสิบวัน)

ข้อ ๖ การแสดงเจตนารมณ์และความตั้งใจของทั้งสองฝ่าย

บันทึกข้อตกลงฉบับนี้จัดทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดแล้ว เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมณ์และความตั้งใจของทั้งสองฝ่าย ในการดำเนินงานตามบันทึกความร่วมมือนี้จึงได้ลงลายมือชื่อร่วมกัน ต่อหน้าพยาน เมื่อวันที่ ๒๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี มณีโกศล)
รักษาราชการแทนอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ
(นางสุคนธา ขัยคำ)
ตำแหน่ง Strategic Human Resource Manager
บริษัท บีนิท จำกัด

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์)
ตำแหน่ง คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ อิงอร พยาน
(นางสาวอิงอร แก้วยองยาง)
ตำแหน่ง Human Resource Recruitment Officer
บริษัท บีนิท จำกัด

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนา อินใชย)
ตำแหน่ง รองคณบดีฝ่ายวิชาการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ พยาน
(อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน)
ตำแหน่ง รองคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพียงตะวัน พลอาจ)
ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

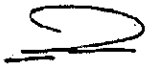
ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทธ์หทัย ตันสุหัช)
ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(อาจารย์ ดร.รัฐ ใจรักษ์)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

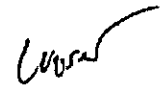
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(อาจารย์พิชญานันท์ อมรพิชญ์)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาการบัญชีและการเงิน

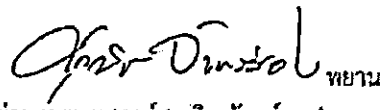
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(อาจารย์ ดร.พชรพร อากรสกุล)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาเศรษฐศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลงชื่อ  พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภณิช จันทร์สอง)

ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชานิเทศศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่