



# หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

พุทธศักราช 2554

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554

ชื่อสถาบัน : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม  
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา : คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญา

ชื่อเต็ม : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

: Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ : บธ.บ. (การตลาด)

: B.B.A. (Marketing)

3. วิชาเอกหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะของหลักสูตร

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นหลักสูตรที่ผลิตบัณฑิตให้มีองค์ความรู้ ความสามารถ  
ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการตลาดกับธุรกิจต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548

5.2 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

### 5.3 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทย

### 5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของสถาบันที่จัดการเรียนการสอนโดยตรง

### 5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

## 6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2554 ปรับปรุงจากหลักสูตรสาขาการตลาด พ.ศ. 2549 เปิดสอนในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2554 เป็นต้นไป

สภาวิชาการเห็นชอบในการประชุมครั้งที่ 4/2554 วันที่ 27 เดือน มกราคม พ.ศ. 2554

สภามหาวิทยาลัยเห็นชอบในการประชุมครั้งที่ 6/2554 วันที่ 25 เดือน มีนาคม พ.ศ.2554

## 7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

ปีการศึกษา 2556 (หลังจากเปิดสอนแล้ว 2 ปี)

## 8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. นักการตลาด
2. เจ้าของธุรกิจ/ ประกอบอาชีพส่วนตัว
3. พนักงานบริษัทในหน่วยงานเอกชนต่างๆ
4. รับราชการ
5. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

## 9. ชื่อ ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา	ปีที่สำเร็จ
1.	อาจารย์	นางพวงทิพย์ หนูเจริญ	บธ.ม.	การตลาด	ม.ธุรกิจบัณฑิต	2545
			วท.บ.	การจัดการคอมพิวเตอร์	วิทยาลัยครูจันทระเกษม	2520
2.	อาจารย์	นางสาวอรณี บุญมีนิมิตร	บธ.ม.	การตลาด	ม.แม่โจ้	2541
			ศศ.บ.	บริหารธุรกิจ	ม.เชียงใหม่	2536
3.	อาจารย์	นายสิทธิ วงศ์ทองคำ	บธ.ม.	การตลาด	ม.ธุรกิจบัณฑิต	2543
			วท.บ.	เทคโนโลยีชีวภาพ	ม.รังสิต	2539
4.	อาจารย์	ดร.จุฑาทิพย์ พหลภาคย์	ค.ด.	การอุดมศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2547
			บธ.ม.	การตลาด	ม.ธุรกิจบัณฑิต	2537
			ศศ.บ.	บริหารรัฐกิจ	ม.รามคำแหง	2527
5.	อาจารย์	นายอริรินทร์ รัฐกิจวานิชย์	บธ.ม.	การตลาด	ม.รามคำแหง	2548
			บธ.บ.	การตลาด	ม.อัสสัมชัญ	2541

## 10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

ห้องเรียนทฤษฎีและห้องปฏิบัติการของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม แขวงจันทรเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ

## 11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

### 11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจได้เข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของเรามากขึ้นเรื่อยๆ สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ได้มีการนำข่าวทางเศรษฐกิจ และบทความทางการตลาดมาเสนอกันมากขึ้น ประชาชนโดยทั่วไปได้เริ่มมีการพูดคุยถึงปัญหาทางเศรษฐกิจ การตลาดกันมากขึ้นเช่น การนำเสนอข้อมูล

ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า บริการ แนวโน้มของภาวะการณ์ตลาดในปัจจุบัน ปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ในหรือนอกประเทศ รวมทั้งนโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาลไทยหรือรัฐบาลต่างประเทศย่อมมีผลกระทบต่อ สภาพความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

การเรียนการตลาดจะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเหตุการณ์และปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลกระทบ ในชีวิตประจำวัน เพื่อที่เราจะได้ตัดสินใจและเลือกทางเดินได้ถูกต้อง การอาศัยสามัญนึกเป็นเครื่องมือช่วยให้ เข้าใจสิ่งที่มีความยุ่งยากซับซ้อน เช่น ผลกระทบที่เกิดจากการที่ธุรกิจนำเสนอสินค้าที่เป็นอันตราย หรือส่งผล ต่อสภาพแวดล้อม และมักปรากฏการณ์อยู่เสมอๆ ที่มีการอาศัยความรู้จากสามัญสำนึกเพื่อเข้าไปในเหตุการณ์ ทำให้เกิดความหลงผิด แต่การอาศัย การตลาดเป็นเครื่องมือย่อมเป็นหนทางที่จะเข้าใจเหตุการณ์ ตลอดจน แนวทางแก้ไขปัญหาทางการตลาดของผู้บริโภคที่ชอบด้วยเหตุผล

ในแง่ของการให้ความรู้พื้นฐานอันเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพนั้น ความรู้ทางการตลาด ไม่ใช่มีความสำคัญเฉพาะการประกอบอาชีพทางการตลาดหรือ ธุรกิจเท่านั้น แต่การตลาดยังมีบทบาทสำคัญ ในการช่วยปูพื้นฐานอันเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพด้านต่างๆเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน อาทิเช่น การเมือง การปกครอง กฎหมาย แพทย์ วิศวกร เป็นต้น

### 11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

- สังคมโลกาภิวัตน์ เปิดเสรีทางการค้าและการเคลื่อนย้ายการทำงานอาชีพ ทำให้เกิดการแข่งขัน ทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- สังคมปัจจุบันมีความเจริญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร เป็นสังคม แห่งการเรียนรู้ ที่แข่งขันกันด้วยความรู้ความสามารถ การผลิตบุคลากรระดับกำหนดนโยบายและการวางแผน ที่มีความรู้ความสามารถทางการตลาดจึงมีความจำเป็นต่อสังคมในยุคนี้

## 12. ผลกระทบจากข้อ 11 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

### 12.1 การพัฒนาหลักสูตรได้มาตรฐานและทันกับสถานการณ์

- พัฒนาหลักสูตรให้ตอบสนองความต้องการของประเทศทางด้านกำลังคนและความรู้ความ เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ
- ปรับปรุงหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและ สังคมและให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- ให้ความสำคัญในเรื่องของคุณธรรม จรรยาบรรณในวิชาชีพ การทำงานเป็นทีมและการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับงานที่รับผิดชอบ โดยคำนึงถึงกฎหมายของประเทศ และกฎหมายสากล

## 12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

ผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและตามแนวนโยบาย ปรัชญา และ วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย

## 13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

### 13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

- วิชาศึกษาทั่วไป ได้แก่ กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ กลุ่มวิชา มนุษยศาสตร์ กลุ่มวิชาภาษา และกลุ่มวิชาพลานามัย

- วิชาด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การเงินการธนาคาร การบัญชี คอมพิวเตอร์ เศรษฐศาสตร์

### 13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้ภาควิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

- หลักการตลาด

- การจัดการการตลาด

### 13.3 การบริหารจัดการ

- กำหนดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรของสาขาวิชา

- ประสานงานกับอาจารย์ผู้แทนจากสาขาวิชาอื่นๆ ในคณะที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คณะมนุษยศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ ที่ให้บริการ การสอนวิชาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

- จัดทำรายละเอียดของหลักสูตร รายละเอียดของรายวิชาและรายละเอียดของประสบการณ์ ภาคสนาม อธิบายเนื้อหาสาระ การจัดการเวลาเรียนและสอบ เพื่อเป็นมาตรฐานในการติดตาม และประเมิน คุณภาพการเรียนการสอน

## หมวดที่ 2

### ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

#### 1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

##### 1.1 ปรัชญา

ผลิตบัณฑิตทางการตลาดที่มีความรู้ ทักษะด้านการวิเคราะห์ทางการตลาดอย่างเหมาะสม และมีทักษะในวิชาชีพ ยึดมั่นจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ สามารถบูรณาการศาสตร์ได้ สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความรู้เพียงพอในการศึกษาระดับที่สูงขึ้น

##### 1.2 วัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้บัณฑิตมีคุณลักษณะดังนี้

1. มีความรู้ความสามารถในวิชาชีพและมีทักษะทางการตลาดเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เป็นผู้ที่มีความรู้ ทางด้านการตลาดสำหรับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น
3. มีความรอบรู้ในเชิงบริหารการตลาดที่สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพได้หลากหลาย
4. มีศักยภาพพร้อมตอบสนองตลาดแรงงาน และสอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

## 2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1.ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับมาตรฐานของ สกอ. กำหนด	ดำเนินการทบทวนข้อกำหนดเฉพาะของหลักสูตร เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับมาตรฐานของ สกอ.	-เอกสารปรับปรุงหลักสูตร -รายงานผลการประเมินหลักสูตร
2.ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม และการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจไทยและโลก	-จัดกิจกรรมประกันคุณภาพสำหรับข้อกำหนดเฉพาะของหลักสูตร	-ผลการวิจารณ์ประสิทธิภาพของหลักสูตรจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก
3.แผนการติดตามผลการนำหลักสูตรไปใช้ พร้อมทั้งสร้างช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นต่างๆ จากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น คณาจารย์ นักศึกษา ผู้ประกอบการ	-ติดตามความเปลี่ยนแปลงในความต้องการของผู้ประกอบการด้านธุรกิจต่างๆ	-ผลการส่งนักศึกษาไปฝึกงานในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการบริหารธุรกิจ -ความพึงพอใจของหน่วยงานที่รับบัณฑิตเข้าทำงาน



## หมวดที่ 3

### ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างหลักสูตร

#### 1.ระบบการจัดการศึกษา

##### 1.1 ระบบ

ใช้ระบบการศึกษาแบบทวิภาค ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548 (ภาคผนวกเอกสารหมายเลข 2)

##### 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัย

##### 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

#### 2.การดำเนินการหลักสูตร

##### 2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคเรียนที่ 1 มิถุนายน – ตุลาคม

ภาคเรียนที่ 2 พฤศจิกายน – มีนาคม

ภาคฤดูร้อน -

##### 2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

- 1.ต้องสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
- 2.ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
- 3.ผ่านการเทียบโอนรายวิชา/ประสบการณ์ตามเกณฑ์ที่กำหนด

##### การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

ตามข้อกำหนดมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548 (ภาคผนวกเอกสารหมายเลข 2)

##### 2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

ปัญหาการปรับตัวจากการเรียนในระดับมัธยมศึกษามาเป็นการเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มีรูปแบบแตกต่างจากเดิม โดยที่นักศึกษาจะมีสังคมที่กว้างขึ้น ต้องรับผิดชอบตนเองมากขึ้น รวมทั้งมีกิจกรรมทั้งการเรียนในห้องและกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่นักศึกษาต้องสามารถบริหารเวลาให้เหมาะสม นอกจากนี้คือปัญหาด้านพื้นฐานความรู้ของนักศึกษาไม่เท่าเทียมกัน

## 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาด้านการปรับตัว ทางสาขาวิชาฯ จะจัดให้มีการดูแลอย่างใกล้ชิด โดยอาจารย์ที่ปรึกษา และนักศึกษารุ่นพี่ กลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาด้านพื้นฐานทางภาษาอังกฤษ คอมพิวเตอร์ คณิตศาสตร์ สถิติ จะมีการจัดอบรมวิชาพื้นฐานดังกล่าว ภายหลังจากเปิดภาคเรียนตามความเหมาะสม

## 2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะเวลา 5 ปี

ระดับชั้นปีที่	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2554	2555	2556	2557	2558
ชั้นปีที่ 1	80	80	80	80	80
ชั้นปีที่ 2		80	80	80	80
ชั้นปีที่ 3			80	80	80
ชั้นปีที่ 4				80	80
รวม	80	160	240	320	320
จำนวนนักศึกษาที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา				60	60

## 2.6 งบประมาณตามแผน

### 2.6.1 งบประมาณรายรับ

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีงบประมาณ				
	2554	2555	2556	2557	2558
ค่าบำรุงการศึกษา	456,000	912,000	1,368,000	1,824,000	1,824,000
ค่าลงทะเบียน	252,000	504,000	756,000	1,008,000	1,008,000
เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	-	-	-	-	-
รวมรายรับทั้งหมด	708,000	1,416,000	2,124,000	2,832,000	2,832,000
ค่าใช้จ่ายของนักศึกษาต่อภาคเรียนต่อคน	8,850	8,850	8,850	8,850	8,850

## 2.6.2 งบประมาณรายจ่าย

(หน่วย: บาท)

รายการ	ปีงบประมาณ				
	2554	2555	2556	2557	2558
ก.งบดำเนินการ					
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	1,329,000	1,435,320	1,550,146	1,674,158	1,808,091
2. ค่าใช้จ่ายดำเนินการ(ไม่รวม3)	531,100	557,700	585,600	614,900	645,700
3. ทุนการศึกษา					
4. รายจ่ายระดับมหาวิทยาลัย					
รวม (ก)	1,860,100	1,993,020	2,135,746	2,289,058	2,453,791
ข.งบลงทุน					
ค่าครุภัณฑ์	-	-	-	-	-
รวม (ก) + (ข)	1,860,100	1,993,020	2,135,746	2,289,058	2,453,791
จำนวนนักศึกษา	80	160	240	320	320
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	23,251.25	12,456.38	8,898.94	7,153.31	7,668.10

## 2.7 ระบบการจัดการศึกษา

จัดการศึกษาแบบชั้นเรียนตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548 (ภาคผนวกเอกสารหมายเลข 2)

## 2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนเข้ามหาวิทยาลัย

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมว่าด้วยการจัดการศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548 (ภาคผนวกเอกสารหมายเลข 2)

### 3.หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

#### 3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

#### 3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	97 หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาแกน	45 หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาเอก	45 หน่วยกิต
2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ	30 หน่วยกิต
2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก	15 หน่วยกิต
2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ /สหกิจศึกษาไม่น้อยกว่า 7 หน่วยกิต เลือกเรียนจากข้อ 2.3.1 หรือ ข้อ 2.3.2	
2.3.1 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	7 หน่วยกิต
2.3.2 สหกิจศึกษา	8 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต

#### 3.1.3 รายวิชาในโครงสร้างหลักสูตร

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ เลือกเรียน	6 หน่วยกิต
GESC1101 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร Information Technology and Communication	3(3-0-6)
GESC1102 วิทยาศาสตร์เพื่อชีวิต Sciences for Life	3(3-0-6)
GESC1103 พืชพรรณเพื่อชีวิต Plants for Life	3(3-0-6)
GESC1104 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต Natural Resources and Environment for Life	3(3-0-6)
GESC1105 ชีวิตกับเทคโนโลยี Life and Technology	3(3-0-6)
GESC1106 การคิดและคณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน Thinking and Mathematics in Daily Life	3(3-0-6)

<b>1.2 กลุ่มวิชาภาษา</b>	<b>9 หน่วยกิต</b>
<b>วิชาบังคับ</b>	<b>6 หน่วยกิต</b>
GEEN1001 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร English for Communication	3(3-0-6)
GETH1001 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication	3(3-0-6)
<b>วิชาเลือก</b>	<b>3 หน่วยกิต</b>
GECN1101 ภาษาจีนเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร Basic Chinese for Communication	3(3-0-6)
GEEN1101 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารขั้นสูง English for Advanced Communication	3(3-0-6)
GEEN1102 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการสมัครงาน English for Career Application	3(3-0-6)
GEFR1101 ภาษาฝรั่งเศสเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร Basic French for Communication	3(3-0-6)
GEJP1101 ภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร Basic Japanese for Communication	3(3-0-6)
GEKM1101 ภาษาเขมรเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร Basic Khmer for Communication	3(3-0-6)
GEKR1101 ภาษาเกาหลีเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร Basic Korean for Communication	3(3-0-6)
GEVN1101 ภาษาเวียดนามเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร Basic Vietnamese for Communication	3(3-0-6)
<b>1.3 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์</b>	<b>7 หน่วยกิต</b>
<b>วิชาบังคับ</b>	<b>1 หน่วยกิต</b>
GEHS1001 สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ Information for Learning	1(1-0-2)
<b>วิชาเลือก</b>	<b>6 หน่วยกิต</b>
GEHS1101 สุนทรียภาพของชีวิต Aesthetics of Life	3(3-0-6)

GEHS1102 การพัฒนาตนเพื่อความสุขของชีวิต	3(3-0-6)
Self-Development for Happiness in Life	
GEHS1103 จริยธรรมทางสังคมและการใช้เหตุผล	3(3-0-6)
Social Morality and Reasoning	
<b>1.4 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์</b>	<b>6 หน่วยกิต</b>
<b>วิชาบังคับ</b>	<b>3 หน่วยกิต</b>
GESO1001 พลวัตสังคมไทย	3(3-0-6)
Dynamics of Thai Society	
<b>วิชาเลือก</b>	<b>3 หน่วยกิต</b>
GESO1101 พลวัตสังคมโลก	3(3-0-6)
Dynamics of Global Society	
GESO1102 มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)
Man and Environment	
GESO1103 กฎหมายในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
Law for Daily Life	
GESO1104 เศรษฐกิจพอเพียงและการประยุกต์ใช้	3(3-0-6)
Sufficiency Economy and Application	
GESO1105 ธุรกิจสำหรับชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
Business for Daily Life	
<b>1.5 กลุ่มวิชาพลานามัย</b>	<b>2 หน่วยกิต</b>
<b>วิชาบังคับ</b>	<b>2 หน่วยกิต</b>
GEPA1001 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	1(0-2-1)
Exercises for Health	
GEPA1002 กีฬาประเภทบุคคล	1(0-2-1)
Individual Sports	
<b>2. หมวดวิชาเฉพาะ</b>	
<b>2.1 กลุ่มวิชาแกน</b>	<b>45 หน่วยกิต</b>
ACCT1103 หลักการบัญชีเบื้องต้น	3(3-0-6)
Introduction to Principles of Accounting	

ACCT3201	การบัญชีเพื่อการจัดการ Managerial Accounting	3(3-0-6)
APST2105	สถิติธุรกิจ Business Statistics	3(3-0-6)
BENG1101	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 Business English 1	3(3-0-6)
BENG1102	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 Business English 2	3(3-0-6)
ECON1101	เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 Microeconomics 1	3(3-0-6)
ECON1102	เศรษฐศาสตร์มหภาค 1 Macroeconomics 1	3(3-0-6)
ECON3305	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ Quantitative Analysis in Business	3(3-0-6)
FINB1101	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
FINB2201	การภาษีอากรธุรกิจ Business Taxation	3(3-0-6)
HRDM1101	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ Human Resource Management	3(3-0-6)
LAWS2501	กฎหมายธุรกิจ Business Laws	3(3-0-6)
MKRT1101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
MNGT1102	การจัดการองค์การและจริยธรรมทางธุรกิจ Organization Management and Business Ethics	3(3-0-6)
MNGT3104	การจัดการการผลิตและดำเนินงาน Production and Operation Management	3(3-0-6)

<b>2.2 กลุ่มวิชาเอก</b>	<b>45 หน่วยกิต</b>
<b>2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ</b>	<b>30 หน่วยกิต</b>
MKRT1102 พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
MKRT2102 การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
MKRT2104 การจัดการการจัดจำหน่าย Distribution Management	3(3-0-6)
MKRT3101 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา Product and Price Management	3(3-0-6)
MKRT3201 การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
MKRT3303 การสื่อสารทางการตลาด Marketing Communication	3(3-0-6)
MKRT3901 วิธีวิจัยวิทยาทางการตลาด Research Methodology in Marketing	3(3-0-6)
MKRT4302 การจัดการออร์กาไนเซอร์ Organizer Management	3(2-2-5)
MKRT4901 สัมมนากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงบูรณาการ Seminar in Integrated Marketing Strategies	3(2-2-5)
MKRT4902 การวิจัยทางการตลาด Research Studies in Marketing	3(2-2-5)
<b>2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก</b>	<b>15 หน่วยกิต</b>
MKRT3102 การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Marketing for Service Business	3(3-0-6)
MKRT3103 การจัดการค้าปลีกและการค้าส่ง Retail and Wholesale Management	3(3-0-6)
MKRT3105 การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม Industrial Goods Marketing	3(3-0-6)
MKRT3106 การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Marketing for Medium and Small Business	3(3-0-6)



MKRT3305	การตลาดเพื่อเครือข่ายสังคม Marketing for Social Network	3(3-0-6)
MKRT3401	การจัดการด้านการขาย Sales Management	3(3-0-6)
MKRT3402	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(3-0-6)
MKRT3403	การจัดการ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน Marketing for Logistics and Supply Chain Management	3(3-0-6)
MKRT4103	การตลาดสีเขียว Green Marketing	3(3-0-6)
MKRT4501	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ Electronic Marketing	3(3-0-6)
MKRT4903	แผนการตลาด Marketing Plan	3(3-0-6)

### 2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษาเลือกเรียนไม่น้อยกว่า 7 หน่วยกิต

MKRT4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Preparation for Occupational Practicum in Marketing	2(90)
MKRT4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Occupational Practicum in Marketing	5(350)
	หรือ	
MKRT4803	เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด Preparation for Co- operative Education in Marketing	2(90)
MKRT4804	สหกิจศึกษาทางการตลาด Co- operative Education in Marketing	6(540)

### 3. หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชา

## 3.1.4 แผนการศึกษา

## ชั้นปีที่ 1

## ภาคการศึกษาที่ 1

หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
<b>1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>			
	GESC1101	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	3(3-0-6)
	GEEN1001	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
	GESO1001	พลวัตสังคมไทย	3(3-0-6)
	GEHS1001	สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้	1(1-0-2)
	GEHS1103	จริยธรรมทางสังคมและการใช้เหตุผล	3(3-0-6)
	GEPA1001	การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	1(0-2-1)
<b>2. หมวดวิชาเฉพาะ</b>			
<b>2.1 กลุ่มวิชาแกน</b>			
	MKRT1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	ECON1101	เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1	3(3-0-6)
<b>2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ</b>			
<b>2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก</b>			
<b>2.4 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</b>			
<b>3. หมวดวิชาเลือกเสรี</b>			
		<b>รวม</b>	<b>20</b>

## ชั้นปีที่ 1

### ภาคการศึกษาที่ 2

หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
<b>1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>			
	GESC1105	ชีวิตกับเทคโนโลยี	3(3-0-6)
	GETH1001	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
	GEHO1101	พลวัตสังคมโลก	3(3-0-6)
	GEPA1002	กีฬาประเภทบุคคล	1(0-2-1)
<b>2. หมวดวิชาเฉพาะ</b>			
<b>2.1 กลุ่มวิชาแกน</b>			
	ECON1102	เศรษฐศาสตร์มหภาค 1	3(3-0-6)
	ACCT1103	หลักการบัญชีเบื้องต้น	3(3-0-6)
	MNGT1102	การจัดองค์การและจริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
<b>2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ</b>			
	MKRT1102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
<b>2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก</b>			
<b>2.4 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</b>			
<b>3. หมวดวิชาเลือกเสรี</b>			
		<b>รวม</b>	<b>22</b>

## ชั้นปีที่ 2

### ภาคการศึกษาที่ 1

หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
<b>1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>			
	GEEN1102	ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการ สมัครงาน	3(3-0-6)
<b>2. หมวดวิชาเฉพาะ</b>			
<b>2.1 กลุ่มวิชาแกน</b>			
	HRDM1101	การบริหารทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
	BENG1101	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	3 (3-0-6)
<b>2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ</b>			
	MKRT2102	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
<b>2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก</b>			
	MKRT3401	การจัดการด้านการขาย	3(3-0-6)
	MKRT3402	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)
<b>2.4 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและ ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</b>			
<b>3. หมวดวิชาเลือกเสรี</b>			
		<b>รวม</b>	<b>18</b>

## ชั้นปีที่ 2

### ภาคการศึกษาที่ 2

หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
<b>1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>			
	GEHS1101	สุนทรียภาพของชีวิต	3(3-0-6)
<b>2. หมวดวิชาเฉพาะ</b>			
<b>2.1 กลุ่มวิชาแกน</b>			
	BENG1102	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	3(3-0-6)
	APST2105	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
	FINB1101	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
<b>2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ</b>			
	MKRT2104	การจัดการการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
	MKRT3101	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
<b>2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก</b>			
<b>2.4 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและ ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</b>			
<b>3. หมวดวิชาเลือกเสรี</b>			
		<b>รวม</b>	<b>18</b>

### ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป			
2. หมวดวิชาเฉพาะ			
2.1 กลุ่มวิชาแกน			
	FINB2201	การภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
	ECON3305	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ	3(3-0-6)
2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ			
	MKRT3901	วิธีวิจัยวิทยาทางการตลาด	3(3-0-6)
	MKRT3201	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก			
	MKRT3102	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	3(3-0-6)
2.4 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและ ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ			
3. หมวดวิชาเลือกเสรี			
	MKRT4103	การตลาดสีเขียว	3(3-0-6)
		<b>รวม</b>	<b>18</b>

### ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 2

หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป			
2. หมวดวิชาเฉพาะ			
	ACCT3201	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
2.1 กลุ่มวิชาแกน			
	LAWS2501	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
	MNGT3104	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน	3(3-0-6)
2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ			
	MKRT3303	การสื่อสารทางการตลาด	3(3-0-6)
	MKRT4902	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก			
	MKRT3106	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม	3(3-0-6)
	MKRT3403	การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนทาง การตลาด	3(3-0-6)
2.4 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและ ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ			
3. หมวดวิชาเลือกเสรี			
		รวม	21

### ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป			
2. หมวดวิชาเฉพาะ			
2.1 กลุ่มวิชาแกน			
2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ			
	MKRT4901	สัมมนากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงบูรณาการ	3(2-2-5)
	MKRT4302	การจัดการออร์กาไนเซอ์	3(2-2-5)
2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก			
2.4 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและ ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ			
	MKRT4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทาง การตลาด หรือ	2(90)
	MKRT4803	เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด	2(90)
3. หมวดวิชาเลือกเสรี			
	MKRT3103	การจัดการการค้าปลีกและการค้าส่ง	3(3-0-6)
		<b>รวม</b>	<b>11</b>



**ชั้นปีที่ 4**

**ภาคการศึกษาที่ 2**

หมวดวิชา	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป			
2. หมวดวิชาเฉพาะ			
2.1 กลุ่มวิชาแกน			
2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ			
2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก			
2.4 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและ ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ			
	MKRT4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด หรือ	5(350)
	MKRT4803	สหกิจศึกษาทางการตลาด	6(540)
3. หมวดวิชาเลือกเสรี			
		<b>รวม</b>	<b>5/6</b>

### 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

- ACCT1103 หลักการบัญชีเบื้องต้น** **3(3-0-6)**
- Introduction to Principles of Accounting**
- ความหมาย วัตถุประสงค์ของการบัญชี ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี หลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีคู่ การบันทึกบัญชีตามวงจรบัญชีการจัดทำรายงานการเงิน ของกิจการขายสินค้า ผลิตสินค้าและให้บริการ การนำข้อมูลทางการบัญชีไปใช้ในการจัดการและการบัญชีภาษีมูลค่าเพิ่ม
- ACCT3201 การบัญชีเพื่อการจัดการ** **3(3-0-6)**
- Managerial Accounting**
- วิชาบังคับก่อน : ACCT1103 หลักการบัญชีเบื้องต้น
- การพัฒนาและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการควบคุมและการตัดสินใจ โดยศึกษาเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนรวมและการบัญชีต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณ ต้นทุน กำไร การวิเคราะห์ต้นทุนภาษีและข้อจำกัดของข้อมูลต่าง ๆ การจัดทำงบประมาณ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงทางการเงินและงบกระแสเงินสด
- APST2105 สถิติธุรกิจ** **3(3-0-6)**
- Business Statistics**
- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติ ตัวแปรสุ่ม และการแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม ประชากร และการสุ่มตัวอย่าง การประมาณค่า การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์การถดถอย และสหพันธ์อย่างง่าย อนุกรมเวลา และเลขดัชนี และการประยุกต์ใช้ทางธุรกิจ

- BENG1101    ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1    3(3-0-6)**  
**Business English 1**  
 ความรู้พื้นฐานทางด้านธุรกิจ ซึ่งเน้นที่การสื่อสารภายในสำนักงาน คำจำกัดความทางด้านธุรกิจ และสำนวนต่าง ๆ ซึ่งมีความหลากหลายจะถูกนำมาใช้โดยผ่านหัวข้อเรื่องที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการภายในสำนักงาน พนักงานและหน้าที่ การโทรศัพท์ การจัดการและการนัดหมาย การติดต่อทางสังคม การตอบรับจดหมายธุรกิจ (บันทึกสั้น,จดหมายธุรกิจ, ประกาศย่อย และประกาศทั่วไป) จดหมายสอบถาม ใบเสนอราคา และใบสั่งซื้อ ตลอดจนการสมัครงาน
- BENG1102    ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2    3(3-0-6)**  
**Business English 2**  
 วิชาบังคับก่อน : BENG 1701 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1  
 การศึกษาในโลกธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการค้าภายในประเทศและระหว่างประเทศในหลากหลายสถานการณ์ เช่น การนำเข้า-ส่งออก การขนส่ง ธุรกิจทางธนาคาร การติดต่อธุรกิจทางโรงแรม ระเบียบวาระการประชุมและบันทึกการประชุม รายงานบริษัท การโฆษณา สินค้า ธุรกิจในโลกอินเทอร์เน็ต จดหมายร้องเรียน และการประนีประนอม เป็นต้น
- ECON1101    เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1    3(3-0-6)**  
**Microeconomics 1**  
 ความหมายของเศรษฐศาสตร์ ปัจจัยการผลิต พฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้ผลิต อุปสงค์ อุปทาน ทฤษฎีการผลิต ต้นทุน การกำหนดราคาในตลาดประเภทต่าง ๆ ทฤษฎีเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดปัจจัยการผลิต แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับความล้มเหลวของตลาด

**ECON1102 เศรษฐศาสตร์มหภาค 1** **3(3-0-6)**

**Macroeconomics 1**

ความหมายและวิธีการศึกษาเศรษฐศาสตร์ เป้าหมายและปัญหาในทางเศรษฐศาสตร์มหภาค ศึกษาพฤติกรรมของปัจจัยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวกำหนดรายได้ประชาชาติและคุณภาพของรายได้ประชาชาติ เช่น พฤติกรรมส่วนรวมของการบริโภค การออม การลงทุน บทบาทของรัฐบาล การว่างงาน ระดับเงินเฟ้อ เงินฝืด นโยบายการเงินและการคลังในการรักษาเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจ ตลอดจนการประยุกต์เศรษฐศาสตร์มหภาคเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

**ECON3305 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ** **3(3-0-6)**

**Quantitative Analysis in Business**

วิชาบังคับก่อน : APST2105 สถิติธุรกิจ

กระบวนการตัดสินใจและประโยชน์ของการใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์เชิงปริมาณเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ได้แก่ ความน่าจะเป็น แผนภูมิเพื่อการตัดสินใจ (Decision Trees) ตัวแบบเชิงสินค้าคงคลัง (Inventory Model) โปรแกรมเชิงเส้นตรง (Linear Programming) เทคนิคการประเมินผลและการตรวจสอบโครงการ (PERT/CPM) ตัวแบบมาร์คอฟ (Markov Model) ทฤษฎีเกมส์ แลวรอคอยและการจำลองเหตุการณ์

**FINB1101 การเงินธุรกิจ** **3(3-0-6)**

**Business Finance**

วิชาบังคับก่อน : ACCT1101 การบัญชีขั้นต้น 1 หรือ

ACCT1103 หลักการบัญชีเบื้องต้น

บทบาทและจุดมุ่งหมายในการบริหารทางการเงิน การวิเคราะห์และวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียนการบริหารเงินสด ลูกหนี้ และสินค้า การศึกษาค่าของเงินตามเวลา โครงการลงทุน วิธีการจัดหาเงินทุนระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว จากตลาดเงินและตลาดทุน และนโยบายการจ่ายเงินปันผล

**FINB 2201 การภาษีอากรธุรกิจ 3(3-0-6)**

**Business Taxation**

วิชาบังคับก่อน : ACCT1103 หลักการบัญชีเบื้องต้น

ความรู้เกี่ยวกับการภาษีอากรธุรกิจประเภทต่างๆที่เกี่ยวข้องกับบุคคล และธุรกิจ ประกอบด้วย ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

**GECN1101 ภาษาจีนเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**

**Basic Chinese for Communication**

ทักษะพื้นฐานภาษาจีนเบื้องต้นด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ในหัวข้อที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การแนะนำตัว การกล่าวทักทาย การกล่าวขอบคุณ การกล่าวขอโทษ กล่าวคำอำลา ทานและให้ข้อมูลเกี่ยวกับวันเวลา สถานที่ ดินฟ้าอากาศ และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

**GEEN1001 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**

**English for Communication**

ทักษะภาษาอังกฤษด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน เน้นการฟัง การพูด เพื่อการสื่อสารขั้นพื้นฐานในสถานการณ์ต่างๆ ให้มีทักษะในการอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในชีวิตประจำวัน สามารถเขียนประโยคพื้นฐาน และข้อความสั้น ๆ เพื่อใช้ในการสื่อสาร

**GEEN1101 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารขั้นสูง 3(3-0-6)**

**English for Advanced Communication**

ทักษะในการใช้ภาษาด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ในระดับสูง การสื่อสาร โดยใช้ศัพท์ และรูปแบบของประโยคที่ซับซ้อน การสนทนา อภิปรายโต้ตอบ การนำเสนอ การอ่านข้อความที่ซับซ้อน บทความเชิงวิชาการ และตำราจากสื่อต่าง ๆ การเขียนประโยคระดับซับซ้อน เขียนข้อความตั้งแต่สองย่อหน้า และเขียนสรุปสาระสำคัญของบทความทางวิชาการ

- GEEN1102** ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการสมัครงาน **3(3-0-6)**  
**English for Career Application**  
 ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมความพร้อมในการสมัครงาน การอ่านเอกสาร ประชาสัมพันธ์การรับสมัครงาน การเขียนประวัติโดยย่อ การเขียนจดหมายสมัครงานและเอกสารที่เกี่ยวข้อง พัฒนาทักษะการพูดเพื่อการเตรียมตัวสัมภาษณ์และการติดตามผลการสมัครงาน
- GEFR1101** ภาษาฝรั่งเศสเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร **3(3-0-6)**  
**Basic French for Communication**  
 ทักษะพื้นฐานภาษาฝรั่งเศสเบื้องต้นด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ในหัวข้อที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การกล่าวทักทาย การกล่าวขอบคุณ กล่าวขอโทษ กล่าวคำอำลา ถามและให้ข้อมูลเกี่ยวกับวันเวลา สถานที่ ดินฟ้าอากาศ และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน
- GEHS1001** สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ **1(1-0-2)**  
**Information for Learning**  
 ความหมาย ความสำคัญของสารสนเทศ แหล่งสารสนเทศในการศึกษาค้นคว้า ภายในสถานศึกษาและแหล่งสารสนเทศอื่น ๆ วิธีการสืบค้นฐานข้อมูลต่าง ๆ การรวบรวมสารสนเทศเพื่อศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และวิธีการนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าตามรูปแบบมาตรฐาน
- GEHS1101** สุนทรียภาพของชีวิต **3(3-0-6)**  
**Aesthetics of Life**  
 ความหมายของสุนทรียศาสตร์ และความงดงามของศาสตร์ทางดนตรี นาฏศิลป์ และศิลปะทั้งไทยและสากลให้เกิดความซาบซึ้งและเห็นคุณค่าของศาสตร์ทางความงาม สามารถวิเคราะห์ คุณค่าทางสุนทรียศิลป์ โดยผ่านขั้นตอนการเรียนรู้เชิงคุณค่า อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารสนิยม สามารถดำรงตนอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

**GEHS1102 การพัฒนาตนเพื่อความสุขของชีวิต 3(3-0-6)**

**Self-Development in Happiness in Life**

พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน องค์ประกอบของพฤติกรรมพื้นฐานทาง สรีรวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมมนุษย์ พัฒนาการของมนุษย์ทุกช่วงวัย การศึกษาตนเอง และการประเมินตนเองเพื่อการพัฒนาบุคลิกภาพ และการปรับตัวให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลง การเสริมสร้างบุคลิกภาพ มนุษย์สัมพันธ์ในการทำงาน สุขภาพจิตและการจัดการความเครียด การสร้างเสริมชีวิตให้มีความสุข

**GEHS1103 จริยธรรมทางสังคมและการใช้เหตุผล 3(3-0-6)**

**Social Morality and Reasoning**

แนวคิดพื้นฐานของมนุษย์ โลกทัศน์ ชีวิตทัศน์ การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม การมีวินัย ความรับผิดชอบ การพัฒนาปัญญาตามหลักศาสนาธรรม การใช้เหตุผลอย่าง สร้างสรรค์ เพื่อการดำรงชีวิตในสังคมอย่างมีสันติสุข และสันติธรรม

**GEJP1101 ภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**

**Basic Japanese for Communication**

ทักษะพื้นฐานภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ในหัวข้อที่ใช้ใน ชีวิตประจำวัน การกล่าวทักทาย การกล่าวขอบคุณ กล่าวขอโทษ กล่าวคำอำลา ถามและให้ ข้อมูลเกี่ยวกับวันเวลา สถานที่ ดินฟ้าอากาศ และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

**GEKM1101 ภาษาเขมรเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**

**Basic Khmer for Communication**

ทักษะพื้นฐานภาษาเขมรเบื้องต้นด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ในหัวข้อที่ใช้ใน ชีวิตประจำวัน การกล่าวทักทาย การกล่าวขอบคุณ กล่าวขอโทษ กล่าวคำอำลา ถามและให้ ข้อมูลเกี่ยวกับวันเวลา สถานที่ ดินฟ้าอากาศ และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

**GEKR1101 ภาษาเกาหลีเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**

**Basic Korean for Communication**

ทักษะพื้นฐานภาษาเกาหลีเบื้องต้นด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ในหัวข้อที่ใช้ใน ชีวิตประจำวัน การกล่าวทักทาย การกล่าวขอบคุณ กล่าวขอโทษ กล่าวคำอำลา ถามและให้ ข้อมูลเกี่ยวกับวันเวลา สถานที่ ดินฟ้าอากาศ และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

- GEPA1001 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ 1(0-2-1)**  
**Exercises for Health**  
 หลักการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การทดสอบสมรรถภาพทางกาย การออกกำลังกายเพื่อพัฒนาสมรรถภาพทางกายและสมรรถภาพทางจิต ตลอดจนสามารถนำการออกกำลังกายไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต
- GEPA1002 กีฬาประเภทบุคคล 1(0-2-1)**  
**Individual Sports**  
 ทักษะการเล่นกีฬา และมารยาทการเล่นกีฬาประเภทบุคคลตามความสนใจและความต้องการของผู้เรียน เพื่อการพัฒนา ร่างกาย อารมณ์ สังคมและจิตใจ ให้สามารถนำเอาการเล่นกีฬาเป็นทักษะทางสังคม และการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
- GESC1101 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 3(3-0-6)**  
**Information Technology and Communication**  
 ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบโทรคมนาคม ระบบการจัดการสารสนเทศ การใช้งานโปรแกรมระบบ โปรแกรมสำเร็จรูปต่าง ๆ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต เพื่อการศึกษา ค้นคว้า การทำรายงาน การนำเสนอผลงาน และประยุกต์ใช้งานในชีวิตประจำวันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเคารพในสิทธิทางปัญญาจริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- GESC1102 วิทยาศาสตร์เพื่อชีวิต 3(3-0-6)**  
**Sciences for Life**  
 กระบวนการและการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การพัฒนาคุณภาพชีวิต ความสัมพันธ์ของสุขภาพกับอาหาร การออกกำลังกาย ยาและสมุนไพร การใช้สารเคมีในชีวิตประจำวันอย่างถูกต้องและเหมาะสม ความสำคัญของพลังงานต่อโลกและชีวิต ความปลอดภัยในการดำเนินชีวิต การส่งเสริมสุขภาพจิตและการป้องกันสารเสพติด
- GESC1103 พืชพรรณเพื่อชีวิต 3(3-0-6)**  
**Plants for Life**  
 คุณและค่าของพืชพรรณที่มีต่อชีวิต และการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ตามแนวทางโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี



- GES1104** **ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต** **3(3-0-6)**  
**Natural Resources and Environment for Life**  
 ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีต่อทรัพยากรทางด้านกายภาพ ชีวภาพ และการดำรงชีวิตของมนุษย์การมีส่วนร่วมในการจัดการฟื้นฟู ส่งเสริม บำรุงรักษา คุ้มครองทรัพยากร ตามหลักการทางวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน
- GES1105** **ชีวิตกับเทคโนโลยี** **3(3-0-6)**  
**Life and Technology**  
 ความก้าวหน้าและการพัฒนาเทคโนโลยีในปัจจุบันและอนาคต บทบาทและผลกระทบของเทคโนโลยีต่อวิถีชีวิต เทคโนโลยีด้านเทคโนโลยีชีวภาพ นาโนเทคโนโลยี เทคโนโลยีพลังงาน เทคโนโลยีสุขภาพและความปลอดภัย เทคโนโลยีสะอาด และการใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด
- GES1106** **การคิดและคณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน** **3(3-0-6)**  
**Thinking and Mathematics in Daily Life**  
 การคิดและกระบวนการคิดของมนุษย์ รูปแบบการคิด กระบวนการคิดทางคณิตศาสตร์และการให้เหตุผล การแปลความหมายและการสื่อสารทางคณิตศาสตร์ การเปรียบเทียบหน่วยวัด อัตราการเปลี่ยนแปลงสกุลเงิน ดอกเบี้ย ภาษี การประยุกต์คณิตศาสตร์และสถิติ เพื่อการตัดสินใจ การคาดการณ์ และการแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวัน
- GESO1001** **พลวัตสังคมไทย** **3(3-0-6)**  
**Dynamics of Thai Society**  
 ความเป็นมาและวิวัฒนาการของสังคมไทย ในด้านการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ศึกษาเหตุการณ์และบุคคลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม ลักษณะพิเศษของสังคมไทยและวัฒนธรรมไทย ปลูกฝังแนวทางการดำเนินชีวิตในสังคมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อรักษาและส่งเสริมคุณค่าความเป็นไทย

**GESO1101 พลวัตสังคมโลก****3(3-0-6)****Dynamics of Global Society**

วิวัฒนาการของมนุษย์และสังคม อารยธรรม ระบบความคิด ระบบเศรษฐกิจ และระบบเมือง การปกครอง โดยเฉพาะกระแสความคิดภายใต้ระบอบประชาธิปไตยเน้นหลักสิทธิเสรีภาพ ความเสมอภาคและหน้าที่ของพลเมือง รวมทั้งวิเคราะห์สถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของสังคมโลกและมีผลกระทบต่อสังคมไทย เพื่อให้รู้จัก เข้าใจ และสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพและมีความเข้าใจในโลกปัจจุบันและอนาคตได้อย่างมีสำนึกและความรับผิดชอบต่อความเป็นสังคมพลเมือง(Civil Society) ทั้งในระดับชาติและระดับโลกต่อไป

**GESO1102 มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม****3(3-0-6)****Man and Environment**

ความหมาย ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อ การดำรงชีวิตของมนุษย์ เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์ การจัดการและการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและสังคม

**GESO1103 กฎหมายในชีวิตประจำวัน****3(3-0-6)****Law for Daily Life**

กฎหมายสำคัญๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันทั้งที่พึงทราบ ทั้งในระดับตนเอง ครอบครัว ชุมชน และประเทศ เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายสารบัญญัติและวิธีสบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เห็นความสำคัญของกฎหมายในฐานะที่เป็นกติกาของสังคม และปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องตามที่กฎหมายบัญญัติในฐานะที่เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม

**GESO1104 เศรษฐกิจพอเพียงและการประยุกต์ใช้ 3(3-0-6)**

**Sufficiency Economy and Application**

แนวทางการศึกษาและการวิเคราะห์สังคมและเศรษฐกิจ เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์วิวัฒนาการของสังคมและเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยเน้นให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมและสถาบันที่มีต่อระบบสังคมและเศรษฐกิจ ศึกษาปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และวิธีการนำไปประยุกต์ใช้กับเศรษฐกิจและสังคมไทย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและมีภูมิคุ้มกัน นอกจากนี้การศึกษายังครอบคลุมถึงการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์กรณีศึกษา (Case Studies) ต่างๆที่มีการนำแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ไปใช้กับเหตุการณ์จริง

**GESO1105 ธุรกิจสำหรับชีวิตประจำวัน 3(3-0-6)**

**Business for Daily Life**

ลักษณะพื้นฐานและโครงสร้างของธุรกิจประเภทต่างๆ และองค์ประกอบที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่การจัดการ การบัญชี การเงิน การตลาด การบริหารงานบุคคล การบริหารสำนักงาน การบริหารการผลิต ซึ่งครอบคลุมถึงเอกสารธุรกิจประเภทต่างๆแนวทางการประกอบธุรกิจ ตลอดจนศึกษาปัญหาและประโยชน์ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจจรรยาบรรณนักธุรกิจเพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิต

**GETH1001 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**

**Thai for Communication**

ทักษะทางภาษาเพื่อการสื่อสารและทักษะการเขียนที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยเน้นกระบวนการทักษะสัมพันธ์ทางภาษา

**GEVN1101 ภาษาเวียดนามเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)**

**Basic Vietnamese for Communication**

ทักษะพื้นฐานภาษาเวียดนามเบื้องต้นด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ในหัวข้อที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การกล่าวทักทาย การกล่าวขอบคุณ กล่าวขอโทษ กล่าวคำอำลาถามและให้ข้อมูลเกี่ยวกับวันเวลา สถานที่ ดินฟ้าอากาศ และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

**HRDM1101 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)**

**Human Resource Management**

ความเป็นมา ทฤษฎีและหลักการในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ขอบข่ายหน้าที่ ความรับผิดชอบ และขั้นตอนในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนนโยบายทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์

**LAWS2501 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)**

**Business Laws**

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยบุคคล ทรัพย์สิน นิติกรรมและ สัญญา ในส่วนที่เป็นพื้นฐานธุรกิจและเอกเทศสัญญา อันได้แก่ ซื้อขาย ขายฝาก เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ จ้างแรงงาน จ้างทำของ ยืมฝากทรัพย์ ค้ำประกัน จำนอง จำนำ หุ้นส่วน บริษัท ประกันภัย ตัวเงิน และกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาเบื้องต้น

**MKRT1101 หลักการตลาด 3(3-0-6)**

**Principles of Marketing**

ความหมาย และความสำคัญของการตลาด ในฐานะเป็นกิจกรรมหลักทางธุรกิจอย่างหนึ่ง โดยกล่าวถึงแนวทางการศึกษา แนวความคิดหรือปรัชญาทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ระบบการตลาดและตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และประเภทของตลาด

**MKRT1102 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)**

**Consumer Behavior**

บทบาทและความสำคัญของผู้บริโภคที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาด การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค การเรียนรู้ทฤษฎีและแนวคิดที่กระทบพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยพิจารณาถึงปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยภายนอก ตลอดจนสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ศึกษาทฤษฎีการเรียนรู้ ทักษะคิดและการเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค ปัญหาและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ การประเมินทางเลือกต่าง ๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อ

**MKRT2102    การจัดการการตลาด    3(3-0-6)****Marketing Management****วิชาบังคับก่อน : MKRT1101 หลักการตลาด**

ความสำคัญและแนวคิดของการบริหารการตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด กระบวนการบริหารการตลาด การจัดองค์การทางการตลาดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การวัดและการพยากรณ์ทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน ตลอดจนแนวโน้มของตลาดในอนาคต

**MKRT2104    การจัดการการจัดจำหน่าย    3(3-0-6)****Distribution Management**

ระบบการจัดการจำหน่ายทางการตลาด กระบวนการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย สภาพแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับการจัดจำหน่าย ปัญหาและแนวทางแก้ไข การปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่าย ความร่วมมือ และความขัดแย้งกันของช่องทางการจัดจำหน่าย บทบาทความสำคัญของการส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ องค์ประกอบของการส่งกำลังบำรุง ความสัมพันธ์ระหว่างการขนส่งกับคลังสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง

**MKRT3101    การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา    3(3-0-6)****Product and Price Management**

ความหมายและความสำคัญของผลิตภัณฑ์และราคาที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาด แนวความคิดต่างๆ ของผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา ประเภทต่างๆของผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และนโยบายตราสินค้าเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

**MKRT3102 การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3(3-0-6)****Marketing for Service Business**

ความหมาย และความสำคัญของธุรกิจบริการ ลักษณะและขอบเขตของตลาดธุรกิจบริการ การจำแนก ประเภทของตลาดธุรกิจบริการ วิเคราะห์สภาวะการณ์ และสภาพแวดล้อมของตลาดธุรกิจบริการประเภทต่างๆ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ส่วนประสมการตลาดของสินค้าบริการ การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดธุรกิจบริการ วิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจบริการ เพื่อกำหนดแนวทางแก้ไข

**MKRT3103 การจัดการการค้าปลีกและการค้าส่ง 3(3-0-6)****Retail and Wholesale Management**

ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญของ ปัจจัยประเภทต่าง ๆ ประเภท และรูปแบบ หลักเกณฑ์ในการขายปลีกและการขายส่ง การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดรูปองค์กร การจัดการสินค้า การกำหนดราคาและ การส่งเสริมการตลาด เทคนิคการขายและบริการของกิจการค้าปลีกและการค้าส่ง ตลอดจนแนวโน้มการค้าส่งและการค้าปลีกในอนาคต

**MKRT3105 การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม 3(3-0-6)****Industrial Goods Marketing**

ปัจจัยทางการตลาดที่เป็นตัวกำหนดการดำเนินงานอุตสาหกรรม พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเติบโตของตลาดสินค้าอุตสาหกรรม การวิเคราะห์สภาวะการณ์ทางธุรกิจ ที่มีผลกระทบต่อเติบโตของตลาดสินค้าอุตสาหกรรม การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทาน ที่มีต่อการกำหนดแผนการผลิตและขยายกำลังการผลิต การพยากรณ์อุปสงค์และราคาสินค้าอุตสาหกรรมในอนาคต

**MKRT3106 การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3(3-0-6)****Marketing for Medium and Small Business**

ลักษณะโครงสร้างของตลาดและคุณสมบัติของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การบริหารงานและปัญหาที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การเริ่มต้นประกอบธุรกิจ และการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ข้อได้เปรียบ เสียเปรียบของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระบบเศรษฐกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อโอกาสทางธุรกิจ การพัฒนาแผนการตลาดสำหรับธุรกิจ แนวโน้มและบทบาทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

**MKRT3201 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)****International Marketing****วิชาบังคับก่อน: MKRT1101 หลักการตลาด**

ลักษณะและความสำคัญของการตลาดระหว่างประเทศ เรียนรู้หลักการและแนวความคิดในการจัดการการตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าและบริการ ซึ่งครอบคลุมถึงระบบธุรกิจและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ ภาพรวมของการจัดการตลาดระหว่างประเทศ ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมและสถาบันสำคัญของตลาดระหว่างประเทศ โครงสร้างและข้อมูลประชากรของตลาดระหว่างประเทศ วัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ และการควบคุมกิจกรรมการตลาด

**MKRT3303 การสื่อสารทางการตลาด 3(3-0-6)****Marketing Communication**

แนวความคิดและความหมายของการสื่อสารและการตลาด ความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะนำมาใช้ในการสื่อสารมวลชน สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ในการประยุกต์ในการสื่อสาร

**MKRT3401 การจัดการด้านการขาย 3(3-0-6)****Sales Management**

บทบาทหน้าที่และขอบข่ายงานการขายโดยบุคคล ศิลปะการขาย(Salesmanship) หน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหารการขาย ลักษณะความสำคัญและขอบข่ายงานบริหารการขาย และการบริหารหน่วยงานขาย การจัดองค์การขาย การสรรหาและคัดเลือกพนักงานขาย การประเมินผลและควบคุมการขาย ตลอดจนงานในการพัฒนาประสิทธิภาพการขายของหน่วยงานทั้งในด้าน การฝึกอบรม การเสริมสร้างขวัญและการ จูงใจ บุคลากรในหน่วยงานขาย เทคนิคการขายเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมาย

**MKRT 3402 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์** **3(3-0-6)**

**Customer Relationship Management**

ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบ และกลยุทธ์ของการบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้บริโภค ผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อพื้นบ้าน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีลักษณะและวิธีการในการจัดการและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและผู้บริโภค เพื่อการโน้มน้าวใจ โดยใช้องค์ประกอบทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา อันจะเป็นประโยชน์ต่องานทางด้านการตลาด

**MKRT3403 การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน** **3(3-0-6)**

**Marketing for Logistics and Supply Chain Management**

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน การกำหนดที่ตั้งของสถานประกอบการ การจัดการความต้องการซื้อ การวางแผนทรัพยากร การควบคุมการไหลของวัตถุดิบ การจัดหา การควบคุมสินค้า คลังสินค้าและการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ระบบการกระจายสินค้า ระบบการขนส่ง การไหลของสารสนเทศในห่วงโซ่อุปทาน และการออกแบบห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ

**MKRT3305 การตลาดเพื่อเครือข่ายสังคม** **3(3-0-6)**

**Marketing for Social Network**

การตลาดเพื่อเครือข่ายสังคม หรือเว็บไซต์ ในเครือข่ายสังคม การเน้นไปที่กลยุทธ์การตลาดชุมชนออนไลน์ซึ่งผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยน การสื่อสาร แบ่งปันตามผลประโยชน์ กิจกรรม หรือความสนใจเฉพาะเรื่อง ซึ่งอาศัยระบบข้อมูล พื้นฐานของเว็บไซต์ที่ทำให้มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้คน



**MKRT 3901 วิธีวิจัยวิทยาทางการตลาด****3(3-0-6)****Research Methodology in Marketing****วิชาบังคับก่อน : APST2105 สถิติธุรกิจ**

ความหมาย บทบาท ความสำคัญและประโยชน์ของการวิจัยทางการตลาด จรรยาบรรณของนักวิจัย ประเภทของการวิจัยทางการตลาด ขั้นตอนการวิจัย การเลือกปัญหา การวิจัย การกำหนดจุดมุ่งหมาย การตั้งคำถามในการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตัวแปร และเทคนิคการตั้งสมมติฐาน การเลือกรูปแบบการวิจัย เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่สอดคล้องกับการวิจัยแบบต่างๆ ฝึกปฏิบัติในการใช้คอมพิวเตอร์ในการเตรียมข้อมูล และประมวลผลข้อมูล ฝึกปฏิบัติการเขียนเค้าโครงการวิจัย การเขียนรายงานการวิจัย และการประเมินผลการวิจัย

**MKRT4103 การตลาดสีเขียว****3(3-0-6)****Green Marketing**

ปัญหาด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลกระทบจากการดำเนินงานของธุรกิจ แนวคิดการประกอบธุรกิจที่ยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ การผสมผสาน หลักการจัดการสิ่งแวดล้อมและปรัชญาทางการตลาดสีเขียวที่มุ่งเน้นสังคม ศึกษาการพัฒนาการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภคสีเขียว และจรรยาบรรณทางการตลาด การวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางในการแก้ปัญหาจากกรณีศึกษา การพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

**MKRT4302 การจัดการออร์กาไนเซอร์****3(2-2-5)****Organizer Management**

ทฤษฎี วิธีการและรูปแบบการจัดการงานออร์กาไนเซอร์ การเป็นผู้ประสานงาน กิจกรรมต่างๆทางการตลาด ศึกษาขั้นตอนความต้องการของลูกค้า การออกแบบแนวคิดการจัดงาน การกำหนดตารางเวลาต่างๆของงาน ศึกษาสถานที่การในงาน กลยุทธ์การเลือกรูปแบบอุปกรณ์ อาหาร คนตรี ในการจัดงานที่เหมาะสม ตลอดจนการนำเสนอเพื่อสร้างความสนใจของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ทางการตลาด

**MKRT4501 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)**

**Electronic Marketing**

การวางแผนและกลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ กลยุทธ์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด การจัดผลิตภัณฑ์ ราคา และการจัดจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต การสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

**MKRT4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 2(90)**

**Preparation for Occupational Practicum in Marketing**

การประยุกต์หลักการและทฤษฎีทางการตลาด การศึกษาแนวโน้ม สภาพการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานทางการตลาด โดยการใช้กรณีศึกษา สถานการณ์จำลอง การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับทักษะ การใช้ภาษา การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยี การพัฒนาบุคลิกภาพ และการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

**MKRT4802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 5(350)**

**Occupational Practicum in Marketing**

วิชาบังคับก่อน : MKRT4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

จัดให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด ในสถานประกอบการในภาครัฐหรือเอกชนทั้งในและต่างประเทศ ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์นิเทศก์ และผู้บริหารกิจการเป็นผู้คอยให้คำแนะนำซึ่งอาจจัดให้ฝึกประสบการณ์ทั้งหมด หรือฝึกประสบการณ์ และทำโครงการพิเศษ เพื่อให้เกิดความรู้ ทักษะ เจตคติ และประสบการณ์เกี่ยวกับงานทางธุรกิจ

**MKRT4803 เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด 2(90)****Preparation for Co-operative Education in Marketing**

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับสหกิจศึกษา กระบวนการและขั้นตอนของสหกิจศึกษา ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสหกิจศึกษา ความรู้พื้นฐานและเทคนิคในการสมัครงานอาชีพ เช่น การเลือกสถานประกอบการ วิธีการเขียนจดหมายสมัครงานและการสัมภาษณ์งานอาชีพ ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการไปปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ระบบบริหารงาน คุณภาพในสถานประกอบการ เทคนิคการนำเสนอโครงการหรือผลงานและการเขียนรายงาน วิชาการ การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อสังคมการทำงาน การเตรียมความพร้อมสู่ความสำเร็จ

**MKRT4804 สหกิจศึกษาทางการตลาด 6(540)****Co-operative Education in Marketing**

วิชาบังคับก่อน : MKRT4803 เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด

การฝึกงานวิชาชีพที่เน้นการปฏิบัติในสถานประกอบการ โดยความร่วมมือของสถานประกอบการและสถานศึกษาร่วมกัน มีการคัดเลือกนักศึกษาปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบ เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ปฏิบัติงานจริง คุณสมบัติของบัณฑิตตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่ต่ำกว่า 1 ภาคการศึกษาปกติ มีการประเมินผลและนำเสนอรายงานสหกิจศึกษา

**MKRT4901 สัมมนากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงบูรณาการ 3(2-2-5)****Seminar in Integrated Marketing Strategies**

วิชาที่บังคับก่อน : วิชาเอกของสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต

การบูรณาการองค์ประกอบสำคัญทางการตลาด ปัญหาและประเด็นสำคัญของการจัดการและกลยุทธ์ด้านการตลาดในปัจจุบัน โดยศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จและความล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาด เน้นกิจการในประเทศไทย และกิจการของต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย เพื่อฝึกให้นักศึกษานำความรู้ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา หรือศึกษาวิเคราะห์เรื่องการค้าเนติกรรมการทางการตลาดในปัจจุบันที่นักศึกษาสนใจ โดยใช้วิธีการจัดสัมมนา และอภิปรายเรื่องที่นำเสนอ

**MKRT4902 การวิจัยทางการตลาด 3(2-2-5)**

**Research studies in Marketing**

วิชาบังคับก่อน: MKRT3901 วิธีวิจัยวิทยาทางการตลาด

ลักษณะรูปแบบและวัตถุประสงค์ที่ใช้ของการวิจัยตลาด ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยการตลาดการเลือกแบบและวิธีการวิจัยให้เหมาะสมกับสถานการณ์และทรัพยากร การสร้างแบบเก็บข้อมูลการเก็บตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเสนอรายงาน การนำการวิจัยไปใช้กับกิจกรรมทางการตลาด การนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจทางการตลาด หลักจริยธรรมของการวิจัย

**MKRT4903 แผนการตลาด 3(3-0-6)**

**Marketing Plan**

แนวคิดในการสร้างธุรกิจใหม่ องค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ขั้นตอนและกระบวนการวางแผนทางการตลาด วิธีการเขียนแผนการตลาด การแข่งขัน และกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด การคาดคะเนทางการเงิน จุดอ่อน จุดแข็งและข้อควรระวังตลอดจนแนวโน้มทางการตลาดในอนาคต การประยุกต์ใช้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อในการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ

**MNGT1102 การจัดการองค์กรและจริยธรรมทางธุรกิจ 3(3-0-6)**

**Organization Management and Business Ethics**

แนวคิดองค์กรและการจัดการ วิวัฒนาการทฤษฎีองค์การและการจัดการ แนวคิดการจัดการสมัยใหม่ หน้าที่การจัดการ การวางแผน การจัดการองค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การสั่งการ และการควบคุม การสร้างจริยธรรมธุรกิจ จรรยาบรรณทางธุรกิจ ศึกษาความเป็นมาและหลักการธรรมาภิบาลในองค์กรธุรกิจ การใช้หลักธรรมาภิบาล ความสัมพันธ์ระหว่างธรรมาภิบาลกับจริยธรรมในการจัดการธุรกิจ

MNGT3104 การจัดการการผลิตและดำเนินงาน

3(3-0-6)

**Production and Operation Management**

แนวคิดและวิวัฒนาการของการจัดการการผลิต ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการผลิต ได้แก่ การจัดองค์การเพื่อการผลิตและการบริการ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การวางแผนกำลังการผลิต กระบวนการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดลำดับการผลิต การควบคุมคุณภาพ และปริมาณ การบำรุงรักษา การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการจัดส่งกำลังบำรุงในการกระจายสินค้า

หมายเหตุ วิชาบังคับก่อน หมายถึง วิชาที่ต้องสอบผ่านก่อน

### 3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิของอาจารย์

#### 3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชาและสถาบัน	ภาระการสอน ชม.ต่อสัปดาห์
1.	อาจารย์	นางพวงทิพย์ หนูเจริญ	บธ.ม. วท.บ.	การตลาด ม.ธุรกิจบัณฑิต การจัดการคอมพิวเตอร์ วิทยาลัยครูจันทรเกษม	9
2.	อาจารย์	นางสาวอรณี บุญมีนิมิตร	บธ.ม. ศศ.บ.	การตลาด ม.แม่โจ้ บริหารธุรกิจ ม.เชียงใหม่	12
3.	อาจารย์	นายสิทธิ วงศ์ทองคำ	บธ.ม. วท.บ.	การตลาด ม.ธุรกิจบัณฑิต เทคโนโลยีชีวภาพ ม.รังสิต	15
4.	อาจารย์	ดร.จุฑาทิพย์ พหลภาคย์	ค.ค. บธ.ม. ศศ.บ.	การอุดมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การตลาด ม.ธุรกิจบัณฑิต บริหารรัฐกิจ ม.รามคำแหง	12
5.	อาจารย์	นายอริรินทร์ รัฐกิจวานิชย์	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด ม.รามคำแหง การตลาด ม.อัสสัมชัญ	15

## 3.2.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับที่	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชาและสถาบัน	ภาระการสอน ชม.ต่อสัปดาห์
1.	อาจารย์	นางพวงทิพย์ หนูเจริญ	บธ.ม. วท.บ.	การตลาด ม.ธุรกิจบัณฑิต การจัดการคอมพิวเตอร์ วิทยาลัยครูจันทระเกษม	9
2.	อาจารย์	นางสาวอรณี บุญมีนิมิตร	บธ.ม. ศศ.บ.	การตลาด ม.แม่โจ้ บริหารธุรกิจ ม.เชียงใหม่	12
3.	อาจารย์	นายสิทธิ วงศ์ทองคำ	บธ.ม. วท.บ.	การตลาด ม.ธุรกิจบัณฑิต เทคโนโลยีชีวภาพ ม.รังสิต	15
4.	อาจารย์	ดร.จุฑาทิพย์ พหลภาคย์	ค.ด. บธ.ม. ศศ.บ.	การอุดมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การตลาด ม.ธุรกิจบัณฑิต บริหารรัฐกิจ ม.รามคำแหง	12
5.	อาจารย์	นายอริรินทร์ รัฐกิจวานิชย์	บธ.ม. บธ.บ.	การตลาด ม.รามคำแหง การตลาด ม.อัสสัมชัญ	15

### 3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชาและสถาบัน	ภาระการสอน ชม.ต่อสัปดาห์
1.	อาจารย์	นายสิริพงษ์ วงศ์ชัยวิทย์	บธ.ม.	การตลาด ม.ธุรกิจบัณฑิตย์	12
2.	อาจารย์	นายสุธี รักษานิช	บธ.ม.	การตลาด ม.ธุรกิจบัณฑิตย์	12
3.	อาจารย์	นายพิสิษฐ์ พจนจารุวิทย์	บธ.ม.  บธ.บ.	การตลาด ม.รามคำแหง ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ม.ราชภัฏพระนคร	12

#### 4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา)

จากผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้บัณฑิตมีความต้องการให้บัณฑิตมีประสบการณ์ในวิชาชีพก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้นในหลักสูตรจึงมีรายวิชาการฝึกประสบการณ์หรือสหกิจศึกษา เพื่อสร้างความพร้อมให้กับนักศึกษา ก่อนปฏิบัติงานจริง

##### 4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังต่อไปนี้

- 1) ทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ตลอดจนมีความเข้าใจในหลักการ ความจำเป็นในการเรียนรู้การประยุกต์ใช้จากทฤษฎีมากยิ่งขึ้น
- 2) บูรณาการความรู้ที่เรียนมาเพื่อนำไปแก้ปัญหาทางธุรกิจ โดยใช้ทฤษฎีทางการตลาดเป็นเครื่องมือได้อย่างเหมาะสม
- 3) มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- 4) มีระเบียบวินัย ตรงเวลา และเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร ตลอดจนสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานประกอบการได้ มีความกล้าในการแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในงานได้

##### 4.2 ช่วงเวลา ภาคการศึกษาที่ 2 ของชั้นปีที่ 4



#### 4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษา

#### 5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

ข้อกำหนดในการทำวิจัยต้องเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ทฤษฎีทางการตลาด เพื่อธุรกิจหรือเพื่อการเรียนการสอน โดยต้องมีธุรกิจที่อ้างอิงและคาดว่าจะนำไปใช้ประโยชน์ทางธุรกิจเมื่อวิจัยสำเร็จ โดยมีจำนวนผู้ร่วมวิจัย 6-10 คน และมีรายงานที่ต้องนำเสนอตามรูปแบบและระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนดอย่างเคร่งครัด

##### 5.1 คำอธิบายโดยย่อ

งานวิจัยทางการตลาดที่นักศึกษาสนใจและมีแนวโน้มในการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง สามารถอธิบายทฤษฎีที่นำมาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัย ประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำวิจัย มีขอบเขตงานวิจัยที่สามารถทำเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด

##### 5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

นักศึกษาสามารถทำงานอย่างเป็นระบบและทำงานเป็นทีม มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือโปรแกรมในการทำงานวิจัย งานวิจัยสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาต่อได้

##### 5.3 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ของชั้นปีที่ 3

##### 5.4 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

##### 5.5 การเตรียมการ

มีการกำหนดชั่วโมงการให้คำปรึกษา จัดทำการให้คำปรึกษา ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยทางเว็บไซต์ และปรึกษา และประเมินผลจากรายงานที่ได้กำหนดรูปแบบการนำเสนอตามระยะเวลา

##### 5.6 กระบวนการประเมินผล

ประเมินผลจากความก้าวหน้าในการทำงานวิจัยที่บันทึกในสมุดให้คำปรึกษาโดยอาจารย์ที่ปรึกษา และประเมินผลจากรายงานที่ได้กำหนดรูปแบบการนำเสนอตามระยะเวลา

## หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมิน

### ผลการเรียนรู้ 5 ด้านจากหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไปสู่รายวิชา

#### 1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา หมวดวิชาเฉพาะ

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
1. มีความตระหนักและทัศนคติที่ดีต่อจรรยาบรรณทางวิชาชีพ	- การสอดแทรกในวิชาเรียน เช่น การประกันคุณภาพและสหกิจศึกษา
2. มีจิตสำนึกสาธารณะ	- จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น โครงการบำเพ็ญประโยชน์
3. มีทักษะการเป็นผู้นำและทำงานเป็นทีม	- การทำงานเป็นทีมในชั้นเรียน - การทำรายงานกลุ่ม
4. มีวินัย และความรับผิดชอบ	- การสอดแทรกในวิชาเรียน - การมอบหมายงานให้นักศึกษา
5. มีทักษะการเรียนรู้ด้วยตัวเอง	- การจัดการเรียนการสอนที่มีการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น การค้นคว้าข้อมูลทางการตลาดที่ทันสมัย อยู่เสมอ เป็นต้น

#### 2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

##### 2.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

##### 2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

นักศึกษาต้องมีคุณธรรม จริยธรรมเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมอย่างราบรื่นและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม นอกจากนั้นวิชาการตลาดเป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับความอยู่ดีกินดีของประชาชนดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อผลที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับการประกอบอาชีพในสาขาอื่นๆ อาจารย์ที่สอนในแต่ละวิชาต้องพยายามสอดแทรกเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งต่อไปนี้ทั้ง 7 ข้อ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถพัฒนาคุณธรรม และจริยธรรม ไปพร้อมกับวิชาการต่างๆที่ศึกษา รวมทั้งอาจารย์ต้องมีคุณสมบัติด้านคุณธรรมอย่างน้อย 7 ข้อตามที่ระบุไว้

1. ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
3. มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ

4. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
5. เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
6. มีความสำนึกว่าวิชาการตลาดช่วยให้คนในสังคมประกอบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
7. มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

นอกจากนั้น หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด ต้องจัดให้มีการวัดมาตรฐานในด้านคุณธรรม จริยธรรม ทุกภาคการศึกษา ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นข้อสอบ อาจใช้การสังเกตพฤติกรรมระหว่างทำกิจกรรมที่กำหนด มีการกำหนดคะแนนในเรื่องคุณธรรม จริยธรรมให้เป็นส่วนหนึ่งของคะแนนความประพฤติของนักศึกษา นักศึกษาที่คะแนนความประพฤติไม่ผ่านเกณฑ์ อาจต้องทำกิจกรรมเพื่อสังคมเพิ่มก่อนจบการศึกษา

#### 2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบ โดยในการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น เป็นต้น นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำความดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม เสียสละ

#### 2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม
- ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ
- ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

### 2.2 ด้านความรู้

#### 2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้ นักศึกษาต้องมีความรู้ประสบการณ์ และความคิด

นักศึกษาต้องมีความรู้เกี่ยวกับสาขาวิชาที่ศึกษาในสาขาการตลาด เพื่อใช้ประกอบอาชีพและช่วยพัฒนาสังคม ดังนั้นมาตรฐานความรู้ต้องครอบคลุมสิ่งต่อไปนี้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- 2) สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจและอธิบายปรากฏการณ์ทั้งทางธุรกิจและทางการตลาด รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาธุรกิจ
- 3) สามารถอธิบาย วิเคราะห์ ระบบองค์ประกอบต่างๆ ของระบบการตลาดได้

- 4) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิวัฒนาการทางการตลาด รวมทั้งการนำไปประยุกต์ใช้
- 5) รู้เข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง
- 6) มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษาเพื่อให้สังเกตเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ
- 7) มีประสบการณ์การประยุกต์เครื่องมือการตลาดที่ใช้งานธุรกิจได้จริง
- 8) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การทดสอบมาตรฐานนี้สามารถทำได้โดยการทดสอบจากข้อสอบของแต่ละวิชาในชั้นเรียนตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ในหลักสูตร

### 2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบและเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎีทางการตลาด และประยุกต์ใช้ทางปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง โดยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชาตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ

นอกจากนี้ควรจัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่องตลอดจนฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

### 2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ คือ

- 1) ทดสอบย่อย
- 2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- 3) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- 4) ประเมินจากแผนการตลาดหรือโครงการที่นำเสนอ
- 5) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- 6) ประเมินจากรายวิชาสหกิจศึกษา

## 2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

### 2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

นักศึกษาต้องสามารถพัฒนาตนเอง และประกอบวิชาชีพได้โดยพึ่งตนเองได้เมื่อจบการศึกษาแล้ว ดังนั้น นักศึกษาจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะทางปัญญาไปพร้อมกับคุณธรรม จริยธรรม และความรู้เกี่ยวกับสาขาวิชาที่ศึกษา ในขณะที่สอนนักศึกษา อาจารย์ต้องเน้นให้นักศึกษาคิดหาเหตุผล เข้าใจที่มาและสาเหตุของปัญหา วิธีการแก้ปัญหา รวมทั้งแนวคิดด้วยตนเอง ไม่สอนในลักษณะท่องจำ นักศึกษาต้องมีคุณสมบัติต่างๆ จากการสอนเพื่อให้เกิดทักษะทางปัญญา ดังนี้

- 1) คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ
- 2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินข้อมูลทางตลาด เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- 3) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ
- 4) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาต่างๆได้อย่างเหมาะสม

### 2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1) กรณีศึกษา การประยุกต์เครื่องมือการตลาดกับธุรกิจ กระบวนการจัดการทางการตลาด  
อย่างเป็นระบบ และการทำงานเป็นทีม

- 2) การอภิปรายกลุ่ม

### 2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา นี้สามารถทำได้โดยการออกข้อสอบที่ให้นักศึกษาแก้ปัญหา อธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหาโดยการประยุกต์ความรู้ที่เรียนมา หลีกเลี่ยงข้อสอบที่เป็นการเลือกคำตอบที่ถูกมาคำตอบเดียวจากกลุ่มคำตอบที่ให้มา ไม่ควรมีคำถามเกี่ยวกับนิยามต่างๆ

## 2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

เมื่อจบการศึกษานักศึกษาต้องออกไปประกอบอาชีพซึ่งส่วนใหญ่ต้องเกี่ยวข้องกับคนที่ไม่รู้จักมาก่อน คนที่มาจากสถาบันอื่นๆ และคนที่จะมาเป็นผู้บังคับบัญชา หรือคนที่จะมาอยู่ใต้บังคับบัญชา ความสามารถที่จะปรับตัวให้เข้ากับกลุ่มคนต่างๆ เป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นอาจารย์ต้องสอดแทรกวิธีการที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติต่างๆ ดังกล่าวนี้ให้นักศึกษาระหว่างที่สอนวิชา หรืออาจให้นักศึกษาไปเรียนวิชาทางด้านสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวกับคุณสมบัติต่างๆ ดังนี้

- 1) สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายและสามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในกลุ่มทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมงาน
- 3) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสมมีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม
- 4) สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะทั้งของตนเองและของกลุ่ม
- 5) มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

### 2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น ข้ามหลักสูตร หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือผู้มีประสบการณ์ โดยมี

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ ดังนี้

- 1) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- 2) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- 3) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป
- 5) มีภาวะผู้นำ

#### 2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบต่อ

การประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูลที่ได้

### 2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### 2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี

##### สารสนเทศ

นักศึกษาต้องมีทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นต่ำดังนี้

- 1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือทางการตลาด ในการทำงานที่เกี่ยวกับธุรกิจหรืองานด้านการตลาด
- 2) สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้ทักษะทางการตลาด หรือวิธีการตลาดมาประยุกต์ใช้ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์
- 3) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน เลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนออย่างเหมาะสม
- 4) สามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

#### 2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์และการสื่อสารนี้อาจทำได้ในระหว่างการสอน โดยอาจให้นักศึกษาแก้ปัญหา วิเคราะห์ประสิทธิภาพของวิธีแก้ปัญหา และให้นำเสนอแนวคิดของการแก้ไข ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพ ต่อนักศึกษาในชั้นเรียน อาจมีการวิจารณ์ในเชิงวิชาการระหว่างอาจารย์และกลุ่มนักศึกษา เช่น การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ ให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง กรณีศึกษาและสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม เรียนรู้เทคนิคการประยุกต์ใช้ทักษะในหลากหลายสถานการณ์

### 2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์และการสื่อสาร เช่น

- 1) การประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้ทฤษฎี การเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม
- 2) การประเมินจากความสามารถในการอธิบายข้อจำกัด เหตุผลในการเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ การอภิปราย กรณีศึกษาต่างๆที่มีการนำเสนอต่อชั้นเรียน

### 3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

#### 3.1 ผลการเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

##### 1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1.1 ซื่อสัตย์สุจริต
- 1.2 ขยัน อดทน อดกลั้น ประหยัดพอเพียง
- 1.3 มีวินัย ใฝ่หาความรู้ที่ตรงเวลา รับผิดชอบ รู้กาลเทศะ
- 1.4 เสียสละ มีน้ำใจ มีจิตสาธารณะ
- 1.5 กตัญญู มีจิตสำนึกรักท้องถิ่น สถาบันและประเทศชาติ
- 1.6 สุขภาพ อ่อนนุ่ม
- 1.7 รู้รักสามัคคี และมีจิตสำนึกประชาธิปไตย
- 1.8 มีจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ

##### 2. ด้านความรู้

- 1.1 มีความรู้และประสบการณ์ ในสาขาวิชาที่ศึกษาและใฝ่รู้ในสถานการณ์ต่างๆ
- 1.2 มีความรู้ในหลักการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาวิชาของตน
- 1.3 มีความรู้และประสบการณ์ในการแก้ปัญหาการทำงานได้

##### 3. ด้านทักษะทางปัญญา

- 1.1 สามารถค้นคว้าหาความรู้ข้อเท็จจริง และเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ต้องการ
- 1.2. สามารถใช้ข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้ามาศึกษาปัญหาและเสนอแนวทางแก้ไข

ได้อย่างสร้างสรรค์

- 1.3 สามารถใช้ความรู้จากภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติมาใช้ปฏิบัติในงานประจำและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและพัฒนางานประจำได้อย่างเหมาะสม

#### 4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1.1 มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น
- 1.2 มีภาวะผู้นำในการทำงานของกลุ่ม
- 1.3 มีความคิดริเริ่มในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานของกลุ่ม
- 1.4 มีความรับผิดชอบต่ออาชีพมีน้ำใจและเสียสละ พร้อมอุทิศตนในการทำงาน

เพื่อส่วนรวม

#### 5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1.1 มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ด้วยกระบวนการทางคณิตศาสตร์หรือวิทยาศาสตร์อย่างมีวิจารณญาณเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ

1.2 มีความรู้และทักษะทางภาษาต่างประเทศและสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 มีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแสวงหาความรู้เพื่อนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ทุกรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา / ผลการเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม								2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา วิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์																					
GESC1101 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●	○	●	●	●	○	○	●	●	○	●
GESC1102 วิทยาศาสตร์เพื่อชีวิต	●	●	●	●	○	○	●	○	●	○	●	●	○	●	●	●	●	○	●	○	●
GESC1103 พืชพรรณเพื่อชีวิต	●	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	●	○	●	○	○	●	●	○	○
GESC1104 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต	●	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	●	○	●	○	○	●
GESC1105 ชีวิตกับเทคโนโลยี	●	○	●	●	○	●	○	○	●	○	●	●	●	○	●	○	○	●	○	●	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ทุกรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา / ผลการเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม								2. ความรู้			3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
GESC1106 การคิดและคณิตศาสตร์ ในชีวิตประจำวัน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา ภาษา																					
GEEN1101 ภาษาจีนเบื้องต้น เพื่อการสื่อสาร	●	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
GEEN1001 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร	●	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●
GEEN1101 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารขั้นสูง	●	●	●	●	○	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
GEEN1102 ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียม ความพร้อมสำหรับ การสมัครงาน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
GEFR1101 ภาษาฝรั่งเศสเบื้องต้น เพื่อการสื่อสาร	●	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ทุกรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา / ผลการเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม								2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการ สื่อสารและการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
GEJP1101 ภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น เพื่อการสื่อสาร	●	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา ภาษา																					
GEKM1101 ภาษาเขมรเบื้องต้น เพื่อการสื่อสาร	●	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
GEKR1101 ภาษาเกาหลีเบื้องต้น เพื่อการสื่อสาร	●	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
GETH1001 ภาษาไทย เพื่อการสื่อสาร	●	●	●	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●
GEVN1101 ภาษาเวียดนามเบื้องต้น เพื่อการสื่อสาร	●	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ทุกรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา / ผลการเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม								2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา มนุษยศาสตร์																					
GEHS1001 สารสนเทศ เพื่อการเรียนรู้	○	○	●	○	○	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●
GEHS11011 สุนทรียภาพ ของชีวิต	○	○	●	○	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	●	○	○	○	○	○	●
GEHS1102 การพัฒนาคน เพื่อความ สุข ของชีวิต	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
GEHS1103 จริยธรรมทางสังคม และการใช้เหตุผล	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ทุกรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา / ผลการเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม								2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา สังคมศาสตร์																					
GESO1001 พลวัต สังคมไทย	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●
GESO1101 พลวัต สังคมโลก	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●
GESO1102 มนุษย์กับ สิ่งแวดล้อม	●	○	●	●	●	○	●	○	●	○	●	●	●	○	●	○	○	●	●	○	●
GESO1103 กฎหมาย ในชีวิต ประจำวัน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	○	●	○	●	●	○	○
GESO1104 เศรษฐกิจ พอเพียงและ การประยุกต์ใช้	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○	●	●	●	●	○	○	○	●	●	○	○

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ผู้รายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา / ผลการเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม								2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบต่อ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
GESO1105 ธุรกิจสำหรับ ชีวิตประจำวัน	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	○	○	●
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา พหุนามัย																					
GEPA1001 การออก กำลังกายเพื่อ สุขภาพ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
GEPA1002 กีฬาประเภท บุคคล	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

### 3.2 ผลการเรียนรู้ของกลุ่มวิชาแกน

#### มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาในหมวดวิชา เฉพาะกลุ่มวิชาแกน

##### 3.2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1. มีความรู้ความเข้าใจ ตระหนักในคุณค่าของความเป็นคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ

2. มีความขยัน อดทน ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ตรงต่อเวลา มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อตนเองและสังคมเคารพกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม

3. มีภาวะผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม

4. สามารถแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง ประสานประโยชน์ บนพื้นฐานคุณธรรมและจริยธรรม

##### 3.2.2 ด้านความรู้

1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีในเนื้อหาวิชาที่ศึกษา

2. สามารถอธิบาย วิเคราะห์ สังเคราะห์ องค์ความรู้เพื่อการตัดสินใจ และแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม

3. มีความรู้ในหลักการวิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาวิชาของตน

4. สามารถบูรณาการและประยุกต์ใช้ความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง

##### 3.2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

1. คิด ค้นหาข้อเท็จจริง และเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ต้องการ

2. สามารถประมวล วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปข้อมูลเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. คิดอย่างสร้างสรรค์ ทั้งเชิงรุกเชิงรับ อย่างมีวิจารณญาณบนพื้นฐานของความถูกต้องทันต่อเหตุการณ์

4. สามารถประยุกต์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ นวัตกรรมหรือศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาพัฒนาทักษะในการทำงานได้อย่างเหมาะสม

##### 3.3.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีความสุข

2. สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร และมารยาททางสังคมได้อย่างเหมาะสม

3. ตระหนักในหน้าที่ ความรับผิดชอบ สามารถปฏิบัติตนได้เหมาะสมกับบทบาท สถานะภาพ การเป็นผู้นำ ผู้ตาม และทีมงานที่ดี

4. มีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร ชุมชนและสังคม

### 3.2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1. สามารถนำเครื่องมือทางคณิตศาสตร์และสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ แปลความหมาย และเสนอแนวทางการแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

2. สามารถใช้เทคโนโลยี ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมาย และนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ ได้อย่างเหมาะสม

3. มีความสามารถในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เลือกใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม



แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ผู้รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา / ผลการเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
ACCT1103 หลักการบัญชีเบื้องต้น	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●
ACCT3201 การบัญชีเพื่อการจัดการ	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●
APST2105 สถิติธุรกิจ	●	●	○	○	●	●	○	●	○	●	○	●	●	○	●	○	●	●	○
BENG1101 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●	●
BENG1102 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●
ECON1101 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1	●	●	○	○	●	○	○	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●
ECON1102 เศรษฐศาสตร์มหภาค 1	●	●	○	○	●	○	○	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●
ECON3305 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ	●	●	○	○	●	●	○	●	●	●	○	●	○	○	○	●	●	○	●
FINB1101 การเงินธุรกิจ	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●
FINB2201 การภาษีอากรธุรกิจ	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●
HRDM1101 การบริหารทรัพยากรมนุษย์	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ผู้รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา / ผลการเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3
LAWS2501 กฎหมายธุรกิจ	●	●	○	●	○	●	○	●	○	●	○	●	●	○	●	○	○	●	○
MKRT1101 หลักการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
MNGT1102 การจัดการองค์การและ จริยธรรมทางธุรกิจ	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
MNGT3104 การจัดการการผลิตและ ดำเนินงาน	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●

3.3 ผลการเรียนรู้ในตารางที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา ในหมวดวิชาเฉพาะ (กลุ่มวิชาเอกและกลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ) มีความหมายดังนี้

#### 3.3.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- 2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- 3) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- 4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- 5) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- 6) มีความสำนึกว่าวิชาการตลาดช่วยให้คนในสังคม ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว
- 7) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

#### 3.3.2 ด้านความรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- 2) สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจและอธิบายปรากฏการณ์ทางธุรกิจและการตลาด รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาธุรกิจ
- 3) สามารถอธิบาย วิเคราะห์ ระบบองค์ประกอบต่างๆ ของระบบการตลาดได้
- 4) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิวัฒนาการการตลาด รวมทั้งการนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม
- 5) รู้เข้าใจและสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง
- 6) มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษาเพื่อให้เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ
- 7) มีประสบการณ์การประยุกต์เครื่องมือการตลาดที่ใช้งานธุรกิจได้จริง
- 8) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาการที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 3.3.3 ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ
- 2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินข้อมูลทางการตลาด เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- 3) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ
- 4) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

### 3.3.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายและสามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในกลุ่มทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน
- 3) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
- 4) มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม
- 5) สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะทั้งของตนเองและของกลุ่ม
- 6) มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

### 3.3.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือการตลาดที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ
- 2) สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้ข้อมูลและหลักทางการตลาดมาประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์
- 3) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน เลือกใช้รูปแบบของการนำเสนออย่างเหมาะสม
- 4) สามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) สู่วรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบ

รายวิชา	1.คุณธรรม จริยธรรม							2.ความรู้								3.ทักษะทางปัญญา				4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.1	1.2	1.3	1.4	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.1	1.2	1.3	1.4
กลุ่มวิชาเอกบังคับ																													
MKRT1102 พฤติกรรมผู้บริโภค	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT2102 การจัดการการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT2104 การจัดการการจัดจำหน่าย	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT3101 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT3201 การตลาดระหว่างประเทศ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT3303 การสื่อสารทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	○	●	○	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ผู้รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบ

รายวิชา	1.คุณธรรม จริยธรรม							2.ความรู้								3.ทักษะทางปัญญา				4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	5.1	5.2	5.3	5.4
MKRT3901 วิธีวิจัยวิทยาทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT4302 การจัดการออร์กาไนเซชัน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
MKRT4901 สัมมนากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงบูรณาการ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT4902 การวิจัยทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
กลุ่มวิชาเอกเลือก																													
MKRT3102 การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT3103 การจัดการค้าปลีกและการค้าส่ง	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT3105 การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ผู้รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบ

รายวิชา	1.คุณธรรม จริยธรรม							2.ความรู้								3.ทักษะทางปัญญา				4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	5.1	5.2	5.3	5.4
MKRT3106 การตลาด สำหรับธุรกิจ ขนาดกลางและ ขนาดย่อม	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○		●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT 3305 การตลาดเพื่อ เครือข่ายสังคม	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT3401 การจัดการด้าน การขาย	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT3402 การจัดการลูกค้า สัมพันธ์	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●	○	●	○	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT3403 การจัดการ โลจิสติกส์และ ห่วงโซ่อุปทาน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●	○	●	○	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT4103 การตลาดสีเขียว	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
MKRT4501 การตลาด อิเล็กทรอนิกส์	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ผู้รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบ

รายวิชา	1.คุณธรรม จริยธรรม							2.ความรู้								3.ทักษะทางปัญญา				4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	5.1	5.2	5.3	5.4
MKRT4903 แผนการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●
กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจ ศึกษา																													
MKRT4801 การเตรียมฝึก ประสบการณ์ ทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
MKRT4802 การฝึก ประสบการณ์ วิชาชีพทาง การตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
MKRT4803 เตรียมสหกิจ ศึกษาทาง การตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●



แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ (Curriculum Mapping) ผู้รายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบ

รายวิชา	1.คุณธรรม จริยธรรม							2.ความรู้								3.ทักษะทางปัญญา				4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	3.1	3.2	3.3	3.4	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	5.1	5.2	5.3	5.4
MKRT4804 สหกิจศึกษาทางการตลาด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

## หมวดที่ 5

### หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

#### 1.กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมว่าด้วยการจัดการศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 (ภาคผนวกเอกสารหมายเลข 2)

#### 2.กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

##### 2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษาที่ไม่สำเร็จการศึกษา

ให้กำหนดระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการประกันคุณภาพภายในของสถาบันอุดมศึกษาที่จะต้องทำความเข้าใจตรงกันทั้งสถาบัน และนำไปดำเนินการจนบรรลุผลสัมฤทธิ์ ซึ่งผู้ประเมินภายนอกจะต้องสามารถตรวจสอบได้

การทวนสอบในระดับรายวิชาควรให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในระดับรายวิชา มีคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน มีการประเมินข้อสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

การทวนสอบในระดับหลักสูตรสามารถทำได้โดยมีระบบประกันคุณภาพภายในสถาบันอุดมศึกษาดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้และรายงานผล

##### 2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาจบการศึกษา

การกำหนดกลวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา ควรเน้นการทำวิจัยสัมฤทธิ์ผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิต ที่ทำอย่างต่อเนื่องและนำผลวิจัยที่ได้ย้อนกลับมาปรับปรุงกระบวนการการเรียนการสอนและหลักสูตรแบบครบวงจร รวมทั้งการประเมินคุณภาพของหลักสูตรและหน่วยงาน โดยองค์กรระดับสากล โดยการวิจัยอาจจะดำเนินการดังตัวอย่างต่อไปนี้

1) ภาวะการได้งานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษา ในด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ ความสามารถ ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบกิจการอาชีพ

2) การตรวจสอบจากผู้ประกอบการ โดยการขอเข้าสัมภาษณ์ หรือ การส่งแบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจในบัณฑิตที่จบการศึกษาและเข้าทำงานในสถานประกอบการนั้นๆ ในคาบระยะเวลาต่างๆ เช่น ปีที่ 1 ปีที่ 5 เป็นต้น

3) การประเมินตำแหน่ง หรือความก้าวหน้าในสายงานของบัณฑิต

4) การประเมินจากสถานศึกษาอื่น โดยการส่งแบบสอบถาม หรือ สอบถามเมื่อมีโอกาส ในระดับความพึงพอใจในด้านความรู้ ความพร้อม และสมบัติด้านอื่นๆ ของบัณฑิตที่จะจบการศึกษา และเข้าศึกษาเพื่อปริญญาที่สูงขึ้นในสถานศึกษานั้นๆ

5) การประเมินจากนักศึกษาเก่า ที่ไปประกอบอาชีพ ในแง่ของความพร้อมและความรู้จาก สาขาวิชาที่เรียน รวมทั้งสาขาอื่นๆที่กำหนดในหลักสูตร ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของบัณฑิต รวมทั้งเปิดโอกาสให้เสนอข้อคิดเห็นในการปรับหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้นด้วย

6) ความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่มาประเมินหลักสูตร หรือ เป็นอาจารย์พิเศษ ต่อ ความพร้อมของนักศึกษาในการเรียน และสมบัติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ และการพัฒนา องค์ความรู้ของนักศึกษา ผลงานของนักศึกษาที่วัดเป็นรูปธรรมได้ซึ่ง อาทิ (1) จำนวนรางวัลทางสังคม และวิชาชีพ, (2) จำนวนกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และประเทศชาติ (3) จำนวนกิจกรรม อาสาสมัครในองค์กรที่ทำประโยชน์ต่อสังคม

### 3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมว่าด้วยการจัดการศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 (ภาคผนวกเอกสารหมายเลข 2)

## หมวดที่ 6

### การพัฒนาคณาจารย์

#### 1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1) มีการปฐมนิเทศและแนวทางการเป็นครูแก่อาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้และเข้าใจนโยบายของมหาวิทยาลัย/สถาบัน คณะตลอดจนในหลักสูตรที่สอน

2) ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่องโดยผ่านการทำวิจัยสายตรงในสาขาวิชา เป็นอันดับแรก การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่างๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ การนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน

#### 2. การนำความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

##### 2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

1) ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่องโดยผ่านการทำวิจัยสายตรงในสาขาวิชาเป็นอันดับแรก การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่างๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

2) การเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัย

##### 2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

1) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม

2) มีการกระตุ้นอาจารย์ทำผลงานทางวิชาการสายตรงในสาขาวิชาการตลาด

3) ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นหลัก และเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ เป็นรอง

## หมวดที่ 7

### การประกันคุณภาพหลักสูตร

#### 1. การบริหารหลักสูตร

มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจำนวน 5 ท่าน มีคณบดีเป็นผู้กำกับดูแลและคอยให้คำแนะนำตลอดจนกำหนดนโยบายปฏิบัติ โดยดำเนินการบริหารหลักสูตร ดังนี้

- 1) ก่อนเปิดภาคเรียน มีการประชุมคณาจารย์ที่สอนในวิชาการตลาด เพื่อยืนยันการจัดตารางสอนและมอบหมายให้คณาจารย์เตรียมความพร้อมในเรื่องเครื่องมือ อุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน สื่อการสอน เอกสารประกอบการสอนต่างๆ
- 2) ในระดับคณะ ฯ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินหลักสูตรในทุกๆ ด้าน
- 3) ในหนึ่งภาคการศึกษา จัดให้มีการประเมินผลการสอนอย่างน้อยสองครั้งคือ กลางภาค และปลายภาค
- 4) แจ้งผลการประเมินให้อาจารย์ผู้สอนทราบหลังการประกาศผลการสอบแต่ละครั้ง เพื่อทำการปรับปรุงการสอน
- 5) เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนในแต่ละภาคการศึกษา ส่งผลสรุปการประเมินให้คณะและคณาจารย์ทราบ เพื่อทำการปรับปรุงต่อไป
- 6) แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี เพื่อทำการประเมินและปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

#### 2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน

##### 2.1 การบริหารงบประมาณ

ในการดำเนินงานตามหลักสูตร จะใช้อาคารที่มีอยู่ของมหาวิทยาลัย และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร งบลงทุนจะขอรับการสนับสนุนจากรัฐบาลเช่นกัน สำหรับหมวดค่าใช้จ่ายและเงินอุดหนุนจะขอรับการสนับสนุนจากเงินรายได้ของมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นรายรับจากค่าหน่วยกิตนักศึกษา

##### 2.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

คณะมีความพร้อมด้านหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูลหอสมุดกลางและระดับคณะ ยังมีหนังสือ ตำราเฉพาะทาง นอกจากนี้คณะยังมีอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนอย่างพอเพียง

##### 2.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนที่สำคัญของสาขาวิชาการตลาด คือ ห้องปฏิบัติการทางการตลาด เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่ต้องเตรียมความพร้อมให้แก่บัณฑิตส่วนใหญ่ในการทำงานจริง จึงมีความจำเป็นที่นักศึกษาต้องมีประสบการณ์การใช้ห้องปฏิบัติการทางการตลาด ให้เกิดความเข้าใจ

หลักการทางการตลาดและมีทักษะในการประยุกต์ใช้ความรู้ทางการตลาดเพื่อไปประกอบวิชาชีพ รวมทั้งการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศทั้งห้องสมุดและอินเทอร์เน็ตและสื่อการสอนสำเร็จรูป เช่น วีดิทัศน์ วิชาการ กรณีศึกษาทางการตลาด รวมถึงสื่อประกอบการเรียนการสอนที่จัดเตรียมโดยผู้สอน ดังนั้น ต้องมีทรัพยากรขั้นต่ำเพื่อจัดการเรียนการสอน ดังนี้

1) มีห้องเรียนที่มีสื่อการสอนและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเอื้อให้คณาจารย์สามารถปฏิบัติงานสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) มีห้องปฏิบัติการที่มีความพร้อม สอดคล้องกับสาขาวิชาที่เปิดสอนอย่างพอเพียงต่อการเรียนการสอน

3) มีห้องสมุดหรือแหล่งความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกในการสืบค้นความรู้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนมีหนังสือตำราและวารสารในสาขาวิชาที่เปิดสอนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวข้องในจำนวนที่เหมาะสม โดยจำนวนตำราที่เกี่ยวข้องต้องมีมากกว่าจำนวนคู่มือ

#### 2.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

การเตรียมความพร้อมสนับสนุนการเรียนการสอนตามหลักสูตรให้เป็นไปตาม

- ประกาศ กระทรวงศึกษาธิการ เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548 ข้อ 14 ว่าด้วยการประกันคุณภาพของหลักสูตร
- ประกาศ คณะกรรมการอุดมศึกษา เรื่องแนวปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การขอเปิดและดำเนินการหลักสูตรระดับปริญญาในระบบการศึกษาทางไกล พ.ศ.2548
- ประกาศ กระทรวงศึกษาธิการ เรื่องมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ.2549 ว่าด้วยมาตรฐานด้านพันธกิจของการบริหารการอุดมศึกษา และมาตรฐานด้านการสร้างและพัฒนาสังคมนฐานความรู้และสังคมแห่งการเรียนรู้

### 3. การบริหารคณาจารย์

#### 3.1 การรับอาจารย์ใหม่

1) อาจารย์ประจำต้องมีคุณสมบัติเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548

2) มีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของหลักสูตร

3) มีความรู้ มีทักษะในการจัดการเรียนการสอน และการประเมินผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา และมีประสบการณ์ทำวิจัย หรือ ประสบการณ์ประกอบวิชาชีพในสาขาวิชาที่สอน

### 3.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร

คณาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และผู้สอน จะต้องประชุมร่วมกันในการวางแผนจัดการเรียนการสอน ประเมินผลและให้ความเห็นชอบการประเมินผลทุกรายวิชา เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเตรียมไว้สำหรับการปรับปรุงหลักสูตร ตลอดจนปรึกษาหารือแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตร และได้บันทึกเป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

### 3.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ

สัดส่วนอาจารย์ต่อนักศึกษาเต็มเวลาเทียบเท่า ให้เป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา ระดับอุดมศึกษา สกอ.

สำหรับอาจารย์พิเศษถือว่ามีความสำคัญมาก เพราะจะเป็นผู้ถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติมาให้แก่นักศึกษา ดังนั้นคณะกำหนดนโยบายว่ากึ่งหนึ่งของรายวิชาบังคับจะต้องมีการเชิญอาจารย์พิเศษหรือวิทยากร มาบรรยายอย่างน้อยวิชาละ 3 ชั่วโมงและอาจารย์พิเศษนั้น ไม่ว่าจะสอน ทั้งรายวิชาหรือบางชั่วโมงจะต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ตรง หรือมีวุฒิการศึกษาอย่างต่ำปริญญาโท

## 4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

### 4.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

บุคลากรสายสนับสนุนควรมีวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีที่เกี่ยวข้องกับภาระงานที่รับผิดชอบ และมีความรู้ด้านการตลาด

### 4.2 การเพิ่มทักษะความรู้เพื่อปฏิบัติงาน

1) มีการพัฒนาอาจารย์ให้มีพัฒนาการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์ในสาขาการตลาด หรือสาขาที่เกี่ยวข้องในกรณีการเรียนรู้แบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการสอนอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสนับสนุนให้อาจารย์มีผลงานวิจัยที่สามารถตีพิมพ์ในระดับชาติเพิ่มขึ้น โดยอาจร่วมมือกับอาจารย์ต่างสถาบัน การสนับสนุนสามารถทำได้ในรูปของการให้ค่าเดินทางไปเสนอผลงานทางวิชาการ การให้เงินพิเศษเพิ่มเมื่อมีบทความวิชาการตีพิมพ์ใน วารสารเป็นที่ยอมรับ รวมทั้งการอาจลดภาระงานสอนให้เหมาะสมกับเวลาที่ใช้เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และการทำวิจัย

2) ในกรณีที่อาจารย์ไม่ถนัดในการเพิ่มพูนความรู้โดยผ่านการทำวิจัยได้ หน่วยงานอาจสนับสนุนให้อาจารย์เข้าร่วมกับภาคธุรกิจในช่วงปิดภาคการศึกษา เพื่อให้อาจารย์ได้มีประสบการณ์จริงในการพัฒนาแนวคิดตามสาขาวิชา

3) บุคลากรต้องเข้าใจโครงสร้างและธรรมชาติของหลักสูตร และจะต้องสามารถบริการให้อาจารย์สามารถใช้สื่อการสอนได้อย่างสะดวก

## 5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

### 5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการและอื่น ๆ แก่นักศึกษา

ควรเชิญผู้เชี่ยวชาญจากภาคธุรกิจ หรือภาคราชการที่มีประสบการณ์ตรงในรายวิชาต่าง ๆ มาเป็นอาจารย์พิเศษ เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ให้แก่ นักศึกษา คณะมีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่ นักศึกษาทุกคน โดยนักศึกษาที่มีปัญหาในการเรียนสามารถปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการได้ โดยอาจารย์ของคณะทุกคนจะต้องทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่ นักศึกษา และทุกคนต้องกำหนดชั่วโมง (Office Hours) เพื่อให้ นักศึกษา เข้าศึกษา เข้าปรึกษาได้ นอกจากนี้ต้องมีที่ปรึกษากิจกรรมเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำกิจกรรมแก่นักศึกษา

### 5.2 การอุทธรณ์ของนักศึกษา

กรณีที่นักศึกษามีความสงสัยเกี่ยวกับผลการประเมินในรายวิชาใดสามารถที่จะยื่นคำร้องขออุทธรณ์คำตอบในการสอบ ตลอดจนดูคะแนนและวิธีการประเมินของอาจารย์ในแต่ละรายวิชาได้

## 6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

สำหรับความต้องการของตลาดแรงงานสังคมในสาขาการตลาดนั้น คาดว่ามีความต้องการกำลังคนด้านการตลาดเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ คณะฯ โดยความร่วมมือจากมหาวิทยาลัย จัดการสำรวจความต้องการแรงงานและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตรวมทั้งข้อมูลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาการตลาดนั้นพบว่า คณะอยู่ในระดับดี (ผลจากการประเมินการประกันคุณภาพการศึกษาอยู่ในระดับ 3) และมีการนำข้อมูลมาใช้ประกอบการปรับปรุงหลักสูตร รวมถึงการศึกษาข้อมูลวิจัยอันเนื่องเกี่ยวกับการประมาณความต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการรับนักศึกษา



## 7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้กำหนดดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน ดังนี้

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
(1) อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	×	×	×	×	×
(2) มีรายละเอียดตามหลักสูตร ตามแบบ มคอ. 2 ที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา	×	×	×	×	×
(3) มีรายละเอียดของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3และมคอ.4อย่างน้อยในการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	×	×	×	×	×
(4) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี)ตามแบบ มคอ.5 & 6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	×	×	×	×	×
(5) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	×	×	×	×	×
(6) มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ. 3 & 4 (ถ้ามี)อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	×	×	×	×	×
(7) มีการพัฒนา/ปรับปรุงการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ 7.ปีที่แล้ว		×	×	×	×
(8) อาจารย์ใหม่(ถ้ามี)ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	×	×	×	×	×
(9) อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	×	×	×	×	×

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
(10) จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน(ถ้ามี)ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 กว่าปี	×	×	×	×	×
(11) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0				×	×
(12) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0					×
(13) นักศึกษามีงานทำภายในปี หลังจากสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80					×
(14) บัณฑิตที่ได้งานทำได้รับเงินเดือนเริ่มต้นไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ ก.พ. กำหนด					×
รวมตัวบ่งชี้ (ข้อ) ในแต่ละปี	9	10	10	11	14
ตัวบ่งชี้บังคับ (ข้อที่)	1 - 5	1 - 5	1 - 5	1 - 5	1 - 5
ตัวบ่งชี้ต้องผ่านรวม (ข้อ)	6	8	8	9	10

**เกณฑ์ประเมิน :** หลักสูตรได้มาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิฯ ต้องผ่านเกณฑ์ประเมินดังนี้ ตัวบ่งชี้บังคับ (ตัวบ่งชี้ที่ 1 – 5) มีผลดำเนินการบรรลุเป้าหมาย และมีจำนวนตัวบ่งชี้ที่มีผลดำเนินการบรรลุเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80% ของตัวบ่งชี้รวม โดยพิจารณาจากจำนวนตัวบ่งชี้รวมในแต่ละปี

## หมวดที่ 8

### การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

ควรคำนึงถึงประเด็นต่างๆในหมวด 1-7 และเชื่อมโยงสู่การประเมินการจัดการเรียนการสอนในประเด็นสำคัญที่สะท้อนถึงคุณภาพบัณฑิตที่คาดหวัง โดยประเด็นเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการประเมินคุณภาพและมาตรฐานของหลักสูตรเพื่อรับรองมาตรฐาน

#### 1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

##### 1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

การเรียนการสอนควรเป็นไปในลักษณะที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการบรรยายถึงเนื้อหาของแต่ละวิชาและแนะนำให้ผู้เรียนทำการค้นคว้า หรือทำความเข้าใจประเด็นปลีกย่อยด้วยตนเอง นอกจากนี้การสอนควรเน้นการได้มาซึ่งทฤษฎีและกฎเกณฑ์ต่างๆในเชิงวิเคราะห์และชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีและปรากฏการณ์ต่างๆในการดำเนินธุรกิจ ให้ผู้เรียนมีโอกาสใช้เครื่องมือการตลาดมาวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางการตลาด ในกระบวนการเรียนการสอน มีการมอบหมายงานเพื่อให้ผู้เรียนได้มีการฝึกฝนทักษะด้านต่างๆ รู้จักวิเคราะห์และแก้ปัญหาด้วยตนเอง มีการพัฒนาค้นหาความรู้แล้วมาเสนอเพื่อสร้างทักษะในการอภิปรายและนำเสนอ

นอกจากนั้นควรสอดแทรกเนื้อหา/กิจกรรมที่ส่งเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรม ในรูปแบบการเรียนการสอนเหล่านี้ จะทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการเรียนรู้ ทักษะในการวิจัยและการแก้ปัญหา มีความรู้ในเรื่องที่ตนเองสนใจ มีทักษะในการนำเสนอและอภิปรายโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารกับผู้อื่น ทักษะการใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและเป็นผู้มีคุณธรรมและจริยธรรมในตนเองและวิชาชีพ

ในการประเมินกลยุทธ์การสอนเพื่อให้มีการพัฒนาการสอนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น จะมีการนำกระบวนการดังต่อไปนี้มาใช้

- มีการประเมินผลของอาจารย์โดยนักศึกษา และนำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อหาจุดอ่อนและจุดแข็งของอาจารย์ผู้สอน เพื่อปรับกลยุทธ์การสอนให้เหมาะสม โดยอาจารย์แต่ละท่าน
- มีการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยอาจารย์ผู้สอน เช่น การสอบ หรือการปฏิบัติงานกลุ่ม เป็นต้น และนำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อหาจุดอ่อนจุดแข็งในการเรียนรู้ของนักศึกษาเพื่อปรับกลยุทธ์การสอนให้เหมาะสมกับนักศึกษาแต่ละชั้นปี โดยอาจารย์แต่ละท่าน
- มีการประชุมคณาจารย์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะระหว่างอาจารย์เพื่อถ่ายทอดความเข้าใจเกี่ยวกับความสามารถของนักศึกษาในแต่ละชั้นปี และแลกเปลี่ยนกลยุทธ์ในการสอน

## 1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

ให้นักศึกษาได้ประเมินผลการสอนของอาจารย์ในทุกด้าน ทั้งในด้านทักษะ กลยุทธ์การสอน และการใช้สื่อในทุกรายวิชา

## 2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

1) การประเมินหลักสูตรในภาพรวม โดยสำรวจข้อมูลจาก

- นักศึกษาปัจจุบัน (ชั้นปีที่ 4)
- ศิษย์เก่า
- ผู้ทรงคุณวุฒิ
- ผู้ใช้บัณฑิต

2) สำรวจสัมฤทธิ์ผลของบัณฑิต

## 3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

การประเมินผลการดำเนินงานตามดัชนีบ่งชี้ที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยจะถือว่าประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานเมื่อได้รับผลการประเมินดังต่อไปนี้

1) จำนวนนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาตามกำหนดเวลาของหลักสูตรไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่ในชั้นปีที่ 2

2) จำนวนนักศึกษาที่ตกรอกไม่เกินร้อยละ 5 ของจำนวนนักศึกษาที่คงอยู่ในชั้นปีที่ 2

3) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาด้านคุณภาพการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 4 ในมาตรประเมินค่า 5 ระดับ

4) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.5 ในมาตรประเมินค่า 5 ระดับ

5) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ของบัณฑิตที่ได้งานทำภายใน 6 เดือนหลังสำเร็จการศึกษา

6) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 ของอาจารย์ที่ผ่านการอบรมหลักสูตรด้านการสอนและการประเมินผล

7) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 ของอาจารย์ใหม่ที่มีความพึงพอใจในหลักสูตรปฐมนิเทศเกี่ยวกับเทคนิคการสอนและการวัดผล

8) บุคลากรฝ่ายสนับสนุนทุกคนผ่านการอบรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ อย่างน้อยคนละ 6 ชั่วโมงต่อปี

#### 4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

จากการรวบรวมข้อมูล จะทำให้ทราบปัญหาของการบริหารหลักสูตรทั้งในภาพรวมและรายวิชา กรณีที่พบปัญหาของรายวิชาที่สามารถที่จะดำเนินการปรับปรุงรายวิชานั้นๆ ได้ทันที ซึ่งถือเป็นการปรับปรุงย่อยที่สามารถดำเนินการได้ตลอดเวลาที่พบปัญหา สำหรับการปรับปรุงหลักสูตรนั้นจะกระทำทุกๆ 4 ปี ทั้งนี้เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

## ภาคผนวก

**เอกสารหมายเลข 1**  
**ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม พ.ศ.2549 และ**  
**หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2554**

**การเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2549 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554**

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2549		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554		เหตุผล
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		
สาขาวิชาการตลาด		สาขาวิชาการตลาด		
จำนวนหน่วยกิต รวม	137 หน่วยกิต	จำนวนหน่วยกิตรวม	133 หน่วยกิต	-ลดจำนวนหน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต	1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต	-คงเดิม
2. หมวดวิชาเฉพาะ	107 หน่วยกิต	2. หมวดวิชาเฉพาะ	97 หน่วยกิต	-ลดหน่วยกิตลง
2.1 กลุ่มวิชาแกน	54 หน่วยกิต	2.1 กลุ่มวิชาแกน	45 หน่วยกิต	
ACCT1101 หลักการบัญชี 1	3(3-0-6)	ACCT1103 หลักการบัญชีเบื้องต้น	3(3-0-6)	-เปลี่ยนชื่อวิชา/ปรับคำอธิบายรายวิชา
ACCT3201 การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	ACCT3201 การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	- ปรับคำอธิบายรายวิชา
ECON1101 หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)	-		- ไม่มีรายวิชานี้ในหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2554
		ECON1101 เศรษฐศาสตร์จุลภาค1	3(3-0-6)	- เพิ่มรายวิชา
		ECON1102 เศรษฐศาสตร์มหภาค1	3(3-0-6)	- เพิ่มรายวิชา
ENGL1701 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	3(3-0-6)	BENG1101 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	3(3-0-6)	- เปลี่ยนรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
ENGL1702 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	3(3-0-6)	BENG1102 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	3(3-0-6)	- เปลี่ยนรหัสวิชา - ปรับคำอธิบายรายวิชา
FINB1101 การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)	FINB1101 การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)	-ปรับคำอธิบายรายวิชา
FINB2201 การภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)	FINB2201 การภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)	-ปรับคำอธิบายรายวิชา
HRDM1101 การบริหารทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	HRDM1101 การบริหารทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	- ปรับคำอธิบายรายวิชา
LAWS2501 กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)	LAWS2501 กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)	- คงเดิม



**การเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2549 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554**

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2549		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554		เหตุผล
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		
สาขาวิชาการตลาด		สาขาวิชาการตลาด		
MATH1611 คณิตศาสตร์ธุรกิจ	3(3-0-6)	-		- ไม่มีรายวิชานี้ในหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2554
MKRT1101 หลักการตลาด	3(3-0-6)	MKRT1101 หลักการตลาด		- ปรับคำอธิบายรายวิชา
MNGT1101 หลักการจัดการ	3(3-0-6)	MNGT1102 การจัดการองค์การ และจริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)	- ปรับชื่อ/คำอธิบายรายวิชา/เนื้อหา คำอธิบายรายวิชาส่วนใหญ่เหมือนเดิม แต่ปรับภาษาให้กระชับและเพิ่มขอบเขตเนื้อหาจริยธรรมทางธุรกิจ
MNGT3104 การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน	3(3-0-6)	MNGT3104 การจัดการการผลิตและดำเนินงาน	3(3-0-6)	- ปรับชื่อ/คำอธิบายรายวิชา/เนื้อหา เพื่อให้มีความครอบคลุมและเหมาะสมกับสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจปัจจุบัน
MATH4607 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ	3(3-0-6)	ECON3305 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการธุรกิจ	3(3-0-6)	- เพิ่มรายวิชาตามมติที่ประชุมพัฒนาหลักสูตรวิชาแกน - เปลี่ยนรหัสวิชาและชื่อวิชา
STAT2105 สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	APST2105 สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	- ปรับรหัสวิชา
<b>2.2 สาขาวิชาการตลาด</b>	<b>40 หน่วยกิต</b>	<b>2.2 สาขาวิชาการตลาด</b>	<b>45 หน่วยกิต</b>	
<b>2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ</b>	<b>28 หน่วยกิต</b>	<b>2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ</b>	<b>30 หน่วยกิต</b>	- เพิ่มจำนวนหน่วยกิต
MKRT2102 การบริหารการตลาด	3(3-0-6)	MKRT2102 การจัดการการตลาด	3(3-0-6)	- เปลี่ยนชื่อและปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้มีความทันสมัยมากขึ้น
MKRT2103 พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)	MKRT2103 พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)	- คงเดิม
MKRT2104 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)	MKRT2104 การจัดการการจำหน่าย	3(3-0-6)	- เปลี่ยนชื่อและปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้มีความทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพความต้องการของตลาดมากขึ้น
MKRT3101 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)	MKRT3101 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)	- เปลี่ยนชื่อและปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้มีความทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพความต้องการของตลาดมากขึ้น
MKRT3201 การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	MKRT3201 การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	- เปลี่ยนชื่อและปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้มีความทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพความต้องการของตลาดมากขึ้น
MKRT3301 การสื่อสารทางการตลาด	3(3-0-6)	MKRT3301 การสื่อสารทางการตลาด	3(3-0-6)	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับสภาพการสื่อสารที่ทันสมัยในปัจจุบัน

การเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2549 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2549		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554		เหตุผล
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		
สาขาวิชาการตลาด		สาขาวิชาการตลาด		
MKRT3401 การจัดการ ด้านการขาย	3(3-0-6)	MKRT3401 การจัดการ ด้านการขาย	3(3-0-6)	- ย้ายไปกลุ่มวิชาเอกเลือก - ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้ เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้ บัณฑิตที่ต้องการให้ผู้เรียนมีทักษะ ด้านนี้เพิ่มขึ้น
MKRT4902 การวิจัยทาง การตลาด	3(0-6-3)	MKRT4902 การวิจัยทาง การตลาด	3(2-2-5)	- ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อความ ทันสมัยกับสภาพการตลาดในปัจจุบัน
MKRT4301 การจัดกิจกรรม ทางการตลาด	3(2-2-5)	-	-	- ตัดออก เนื่องจากเนื้อหาซ้ำซ้อนกับ วิชาการสื่อสารทางการตลาด
		MKRT4302 การจัดการ ออร์กาไนเซอร์	3(2-2-5)	- รายวิชาใหม่ เพื่อตอบสนองความ ต้องการของตลาดปัจจุบัน
MKRT4901 สัมมนา ทางการตลาด	1(0-2-1)	MKRT4901 สัมมนา กลยุทธ์ทาง การตลาดเชิง บูรณาการ	3(2-2-5)	- เปลี่ยนชื่อและปรับคำอธิบาย รายวิชา เพื่อบูรณาการความรู้ในการ ประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม
<b>2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก</b>	<b>12 หน่วยกิต</b>	<b>2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก</b>	<b>15 หน่วยกิต</b>	- เพิ่มจำนวนหน่วยกิต จาก 12 หน่วย กิต เป็น 15 หน่วยกิต
MKRT3102 การตลาดบริการ	3(3-0-6)	MKRT3102 การตลาดสำหรับ ธุรกิจบริการ	3(3-0-6)	- เปลี่ยนชื่อและปรับคำอธิบาย รายวิชา เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุม ครอบคลุมธุรกิจบริการทุกประเภท
MKRT3103 การจัดการ การค้าปลีกและ การค้าส่ง	3(3-0-6)	MKRT3103 การจัดการการค้า ปลีกและการค้าส่ง	3(3-0-6)	- ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้ ทันสมัยและครอบคลุมธุรกิจค้าปลีก- ส่งทุกประเภท
MKRT3104 การตลาดเพื่อ การท่องเที่ยว	3(3-0-6)	-	3(3-0-6)	- ตัดออก เนื่องจากปรับเนื้อหาไปเป็น การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
MKRT3105 การตลาด สินค้า อุตสาหกรรม	3(3-0-6)	MKRT3105 การตลาดสินค้า อุตสาหกรรม	3(3-0-6)	- ปรับคำอธิบายรายวิชา เพื่อให้ ครอบคลุมทางกระบวนการทางการ ตลาดและสินค้าอุตสาหกรรม
MKRT3302 การวางแผน ประชาสัมพันธ์ ทางการตลาด	3(3-0-6)	-	-	- ตัดออก เนื่องจากเนื้อหาซ้ำซ้อน กับ วิชาการสื่อสารทางการตลาด
		MKRT 3305 การตลาดเพื่อ เครือข่ายสังคม	3(3-0-6)	- รายวิชาใหม่ เพื่อให้ทันสมัยและ สอดคล้องกับตลาดในปัจจุบัน

การเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2549 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2549		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554		เหตุผล
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		
สาขาวิชาการตลาด		สาขาวิชาการตลาด		
MKRT4101 การตลาด สิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)	MKRT4101 การตลาดสีเขียว	3(3-0-6)	- เปลี่ยนชื่อวิชาใหม่และปรับคำอธิบาย รายวิชา เพื่อให้มีความทันสมัยและ สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน
MKRT4102 การพยากรณ์ การตลาด	3(3-0-6)	-	-	- ตัดออก
MKRT3402 การจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)	-	-	- คงเดิม
MKRT4303 การวางแผน โฆษณาทาง การตลาด	3(3-0-6)	-	-	- ตัดออก เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่ ซ้ำซ้อนกับวิชาการสื่อสารทางการตลาด
MKRT2501 ตลาดสินค้า อุตสาหกรรม	3(3-0-6)	-	-	- ตัดออก เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่อยู่ ในรายวิชาการตลาดอุตสาหกรรมแล้ว
MKRT4304 การวางแผน การตลาด ทางตรงและ ส่งเสริมการขาย	3(3-0-6)	-	-	- ตัดออก เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่ ซ้ำซ้อนกับวิชาการสื่อสารทางการตลาด
MKRT4305 การจัดการ ผลิตภัณฑ์และ ตราสินค้า	3(3-0-6)	-	-	- ตัดออก เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่ ซ้ำซ้อนกับวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และ ราคา
BCOM4503 การตลาด อิเล็กทรอนิกส์	3(2-2-5)	MKRT4501 การตลาด อิเล็กทรอนิกส์	3(3-0-6)	- เปลี่ยนรหัสวิชา เพื่อให้สอดคล้องกับ ศาสตร์/สาขามากขึ้น
-		MKRT3403 การจัดการ โลจิสติกส์และ ห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)	- รายวิชาใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับ สังคมและความต้องการของตลาดใน ปัจจุบัน
-		MKRT 4903 แผนการตลาด	3(3-0-6)	- รายวิชาใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับ สังคมและความต้องการของตลาดใน ปัจจุบัน
MNGT3901 ระเบียบวิธี ทางธุรกิจ	3(3-0-6)	MKRT3901 วิธีวิจัยวิทยาทาง การตลาด	3(3-0-6)	- ย้ายไปกลุ่มวิชาเอกบังคับ,เปลี่ยนรหัส ,เปลี่ยนชื่อวิชา และปรับคำอธิบาย รายวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับศาสตร์/ สาขามากขึ้น
MKRT3106 การตลาด สำหรับ ผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	MKRT3106 การตลาดสำหรับ ธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม	3(3-0-6)	- เปลี่ยนชื่อวิชาใหม่และปรับคำอธิบาย รายวิชา เพื่อให้มีความทันสมัยและ สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน

**การเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2549 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554**

หลักสูตรเดิม พ.ศ.2549		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2554		เหตุผล
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		
สาขาวิชาการตลาด		สาขาวิชาการตลาด		
2.3 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	7 หน่วยกิต	2.3 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษา ไม่น้อยกว่า	7 หน่วยกิต	
MKRT4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	2(90)	MKRT4801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	2(90)	- คงเดิม
MKRT4802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	5(225)	MKRT4802 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	5(350)	- เปลี่ยนจำนวนชั่วโมงฝึกงาน เพื่อให้ผู้เรียนได้เพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานมากขึ้น
-	-	MKRT4803 เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด	2(90)	- รายวิชาใหม่ เพื่อปรับรูปแบบการฝึกประสบการณ์ให้กับนักศึกษา
-	-	MKRT4804 สหกิจศึกษาทางการตลาด	6(540)	- รายวิชาใหม่ เพื่อปรับรูปแบบการฝึกประสบการณ์ให้กับนักศึกษา
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	7 หน่วยกิต	3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6 หน่วยกิต	- คงเดิม

**เอกสารหมายเลข 2**  
**ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม**  
**ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548**



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม  
ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี  
พ.ศ. ๒๕๔๘

โดยที่เป็นการสมควรออกข้อบังคับเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘(๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ สภามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม จึงออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๘

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับนักศึกษาภาคปกติที่เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๔๘ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายถึง มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

“สภามหาวิทยาลัย” หมายถึง สภามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

“สภาวิชาการ” หมายถึง สภาวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

“การจัดการศึกษา” หมายถึง การจัดการศึกษาภาคปกติตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย หรือหลักสูตรอื่นที่สภามหาวิทยาลัยรับรอง

“การศึกษาในระบบ” หมายถึง การศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาการศึกษา การวัดผลและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน

“การศึกษานอกระบบ” หมายถึง การศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดผลและประเมินผล ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

“การศึกษาตามอัชยาศัย” หมายถึง การศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง ตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อมและโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อหรือแหล่งความรู้อื่นๆ

“อาจารย์ที่ปรึกษา” หมายถึง บุคคลที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งให้ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาดูแลสนับสนุนทางวิชาการ วิธีการเรียน ควบคุม โปรแกรมการเรียน และมีส่วนช่วยประเมินความก้าวหน้าในการเรียนของนักศึกษา

“นักศึกษา” หมายถึง นักศึกษาภาคปกติที่ศึกษาในวันทำการปกติของมหาวิทยาลัยและหรือวันเวลาอื่นใด ซึ่งเป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

“ศูนย์การศึกษา” หมายถึง สถานที่ภายนอกมหาวิทยาลัยที่จัดการศึกษา

“วิทยาเขต” หมายถึง เขตการศึกษาของมหาวิทยาลัยที่มีคณะ สถาบัน สำนัก วิทยาลัย ศูนย์ ส่วนราชการหรือหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะตั้งแต่สองส่วนราชการขึ้นไป ตั้งอยู่ในเขตการศึกษานั้น ตามที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

“การเรียนโดยสื่อประสม” หมายถึง วิธีการจัดการเรียนการสอนสำหรับรายวิชาในหลักสูตร โดยผู้เรียนอาศัยวิธีเรียนจากชุดวิชาและสื่อต่างๆ

“ระบบการศึกษาทางไกล” หมายถึง วิธีการจัดการศึกษาสำหรับรายวิชาในหลักสูตรมหาวิทยาลัย โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมต่างๆ เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความรู้

“สหกิจศึกษา” หมายถึง ระบบการศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างมีระบบ

“อธิการบดี” หมายถึง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

“คณบดี” หมายถึง คณบดีคณะต่างๆ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ข้อ ๔ ผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษา คุณสมบัติและการสมัคร

๔.๑ ผู้มีสิทธิ์เข้าศึกษาต้องมีคุณสมบัติดังนี้

๔.๑.๑ หลักสูตรปริญญาตรี จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

๔.๑.๒ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือเทียบเท่าหรือระดับอนุปริญญา (๓ ปี) หรือเทียบเท่า ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของทบวงมหาวิทยาลัยหรือตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอนุปริญญา พ.ศ. ๒๕๔๘

๔.๒ ผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาตามข้อ ๔.๑ ต้องมีคุณสมบัติตามข้อกำหนดของสาขาวิชาที่สมัครเข้าศึกษา

๔.๓ การสมัครและการรับเข้าเป็นนักศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

#### ข้อ ๕ ระบบการศึกษา

๕.๑ ระบบการจัดการศึกษาใช้ระบบทวิภาค โดย ๑ ปีการศึกษาจัดการศึกษาแบ่งเป็น ๒ ภาคการศึกษาปกติ ๑ ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ และอาจจัดการศึกษาภาคการศึกษาฤดูร้อน ซึ่งมีระยะเวลาศึกษาและจำนวนหน่วยกิตมีสัดส่วนเทียบเคียง ด้กับการศึกษาภาคการศึกษาปกติ

การจัดการศึกษาภาคการศึกษาฤดูร้อนให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัย

๕.๒ มหาวิทยาลัยจัดการศึกษาดัวยระบบสหวิทยาการ (Interdisciplinary System) โดยคณะหรือภาควิชาที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาใด ให้มีหน้าที่อำนวยความสะดวกและวิจัยในสาขาวิชานั้นๆ แก่นักศึกษาของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ คณะหรือภาควิชาต่างๆ จะไม่เปิดสอนรายวิชาซ้ำซ้อนกัน

โครงสร้างหลักสูตรจำนวนหน่วยกิตให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๘

#### ข้อ ๖ ระยะเวลาการศึกษา

๖.๑ หลักสูตรปริญญาตรี ๔ ปี ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๘ ปีการศึกษา และสำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๖ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

๖.๒ หลักสูตรปริญญาตรี ๕ ปี ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๐ ปีการศึกษา และสำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๘ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

๖.๓ หลักสูตรปริญญาตรี ๖ ปี ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๒ ปีการศึกษา และสำเร็จการศึกษาได้ ไม่ก่อน ๑๐ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

๖.๔ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๔ ปีการศึกษา และสำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๔ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา

#### ข้อ ๗ การลงทะเบียนเรียน

๗.๑ การลงทะเบียนเรียน ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่น้อยกว่า ๕ หน่วยกิต และไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติ

สำหรับการลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาฤดูร้อนให้ลงทะเบียนเรียนได้ ไม่เกิน ๕ หน่วยกิต

การลงทะเบียนเรียน ที่มีจำนวนหน่วยกิตมากกว่าหรือน้อยกว่าที่กำหนด อาจทำได้หากมีเหตุผลและความจำเป็น แต่ต้องได้รับอนุมัติจากคณบดี หรือผู้ที่คณบดีมอบหมาย โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา



หน่วยกิตขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ไม่ใช่บังคับนักศึกษาที่ศึกษาครบทุกวิชาตามหลักสูตรของสาขาวิชานั้นๆ แต่ยังมีวิชาที่สอบตก หรือมีคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนด หรือภาคการศึกษาที่คาดว่าจะป็นภาคการศึกษาสุดท้ายก่อนที่จะสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

๗.๒ ในการลงทะเบียนเรียน หากวิชาใดมีข้อกำหนดในหลักสูตรว่าต้องเคยศึกษาวิชาใดมาก่อน (Pre-requisite) นักศึกษาก็จะต้องเคยศึกษาและสอบไล่ได้วิชานั้นแล้วจึงจะมีสิทธิ์ลงทะเบียนเรียน

๗.๓ นักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรีต่อเนื่อง จะลงทะเบียนเรียนรายวิชาซ้ำกับรายวิชาที่ศึกษามาแล้วในระดับอนุปริญญาไม่ได้

๗.๔ การลงทะเบียนเรียนปกติ จะกระทำได้ก่อนวันเปิดภาคการศึกแต่ละภาค การลงทะเบียนล่าช้าจะกระทำได้ไม่เกิน ๑๔ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติหรือ ไม่เกิน ๗ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน และจะต้องชำระค่าธรรมเนียมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๗.๕ นักศึกษาที่ไม่ได้ลงทะเบียนภายใน ๑๔ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือภายใน ๗ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน จะหมดสิทธิ์ในการลงทะเบียนเรียนสำหรับภาคการศึกษานั้น เว้นแต่มีเหตุผลและความจำเป็น โดยได้รับอนุมัติจากคณบดี หรือผู้ที่คณบดีมอบหมาย โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกิน ๒๘ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาปกติ หรือไม่เกิน ๑๔ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน โดยเสียค่าปรับตามระเบียบ

๗.๖ ในภาคการศึกษาปกติใดหากนักศึกษาไม่ได้ลงทะเบียนเรียน จะต้องขอลาพักการศึกษาสำหรับภาคการศึกษานั้น เพื่อรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาภายใน ๓๐ วัน นับจากวันเปิดภาคการศึกษา โดยต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาหากไม่ปฏิบัติตามมหาวิทยาลัยจะถอนชื่อนักศึกษาผู้นั้นจากทะเบียนนักศึกษา

๗.๗ อธิการบดีอาจอนุมัติให้นักศึกษาที่ถูกถอนชื่อตามข้อ ๗.๖ กลับเข้าเป็นนักศึกษาใหม่ได้ ถ้ามีเหตุผลอันสมควร โดยให้ถือว่าระยะเวลาที่ถูกถอนชื่อนั้นเป็นระยะเวลาพักการศึกษา โดยนักศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา รวมทั้งค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ที่ค้างชำระเสมือนเป็นผู้ลาพักการศึกษา

อธิการบดีจะไม่อนุมัติให้กลับเข้าเป็นนักศึกษาตามวรรคหนึ่ง หากพ้นกำหนดเวลาสองปีนับจากวันที่นักศึกษาผู้นั้นถูกถอนชื่อจากทะเบียน

๗.๘ การลงทะเบียนเรียนจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ พร้อมทั้งยื่นหลักฐานการลงทะเบียนนั้นต่อมหาวิทยาลัย

#### ข้อ ๘ การเพิ่มและถอนรายวิชา

การเพิ่มและถอนรายวิชา ต้องได้รับความยินยอมจากอาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งนี้ ให้ยื่นหลักฐานการยินยอมนั้นต่อมหาวิทยาลัย

๘.๑ การเพิ่มรายวิชา จะกระทำได้ภายใน ๒ สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาค การศึกษาปกติ หรือภายใน ๑ สัปดาห์แรกนับจากวันเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน

๘.๒ การถอนรายวิชา จะกระทำได้ก่อนกำหนดการสอบปลายภาคไม่น้อย กว่า ๒ สัปดาห์ สำหรับการศึกษภาคการศึกษาปกติ หรือก่อนกำหนดสอบปลายภาคไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ สำหรับการศึกษภาคการศึกษาฤดูร้อน

การถอนรายวิชาภายในกำหนดเวลาเดียวกันกับการเพิ่มรายวิชาจะไม่ปรากฏ อักษร W (Withdraw) ในระเบียบผลการเรียน และจะได้รับเงินค่าหน่วยกิตคืน แต่ถ้าถอนรายวิชา หลัง กำหนดเวลาการเพิ่มรายวิชา นักศึกษาจะได้รับอักษร W และจะไม่ได้รับเงินค่าหน่วยกิตคืน

๘.๓ ขั้นตอนปฏิบัติในการเพิ่มและถอนรายวิชา ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ใน ประกาศมหาวิทยาลัย

#### ข้อ ๙ การเรียนการสอน

๙.๑ มหาวิทยาลัยอาจตั้งศูนย์การศึกษาและวิทยาเขตได้ตามความเหมาะสม

๙.๒ การจัดการเรียนการสอนอาจทำได้ทั้งในเวลาราชการและนอกเวลา ราชการ และอาจจัดการเรียนโดยสื่อประสมหรือระบบการศึกษาทางไกล ทั้งนี้ ให้เป็นไปตาม ประกาศของมหาวิทยาลัย

๙.๓ กำหนดวันเปิดและปิดภาคการศึกษาของมหาวิทยาลัย มีดังนี้

ภาคการศึกษาที่ ๑ วันเปิดภาคการศึกษา เดือนมิถุนายน

วันปิดภาคการศึกษา เดือนตุลาคม

ภาคการศึกษาที่ ๒ วันเปิดภาคการศึกษา เดือนพฤศจิกายน

วันปิดภาคการศึกษา เดือนมีนาคม

ภาคการศึกษาฤดูร้อน วันเปิดภาคการศึกษา เดือนเมษายน

วันปิดภาคการศึกษา เดือนพฤษภาคม

มหาวิทยาลัยอาจกำหนดวันเปิดและวันปิดภาคการศึกษาที่แตกต่างจากรรค หนึ่งก็ได้ แต่ต้องเป็นไปตามความเหมาะสมและความต้องการของท้องถิ่น และต้องสอดคล้องกับ เกณฑ์มาตรฐานของหลักสูตร และให้ทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

๙.๔ การเปิดสอนสาขาวิชาใด ระดับใด ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของ หลักสูตร โดยผ่านความเห็นชอบจากสภาวิชาการ และรายงานผลการปฏิบัติงานให้สภามหาวิทยาลัย ทราบทุกสิ้นปีการศึกษา

๙.๕ ให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำแผนการสอน เอกสารประกอบการสอน หรือ เอกสารคำสอน หรือกำหนดตำราหลักทุกรายวิชาที่เปิดสอนให้แก่นักศึกษาในแต่ละภาคการศึกษา

๕.๖ รายวิชาใดที่เปิดสอนมากกว่า ๑ กลุ่ม ในภาคเรียนเดียวกัน ให้อาจารย์ผู้สอนใช้แนวการสอน ข้อสอบ และใช้เกณฑ์การวัดผลและประเมินผลเดียวกัน

๕.๗ ตำราหลักในรายวิชาที่เปิดสอน อาจเรียบเรียงโดยอาจารย์ของมหาวิทยาลัย หรือผู้เชี่ยวชาญภายนอกก็ได้ โดยจะต้องมีขอบเขตของเนื้อหาครอบคลุมหลักสูตร และระดับการศึกษา

๕.๘ มหาวิทยาลัยต้องสนับสนุนการจัดหาหรือผลิตสื่อ เพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอน และพัฒนาวัสดุทัศนูปกรณ์พื้นฐาน สื่อการเรียนการสอนให้มีมาตรฐานและเพียงพอ กับจำนวนนักศึกษา

๕.๙ ให้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ และสำนักศิลปะและวัฒนธรรมอำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาในรูปแบบต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีโอกาสศึกษาค้นคว้าหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มขึ้น

๕.๑๐ การนิเทศการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สหกิจศึกษา ให้คณะกรรมการตั้งคณะกรรมการทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการกำกับ และควบคุมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพ

๕.๑๑ คณะต้องจัดอาจารย์ที่ปรึกษา ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านวิชาการ วิธีการเรียน ควบคุมแผนการเรียน และติดตามความก้าวหน้าในการเรียนของนักศึกษา

๕.๑๒ ให้คณะกรรมการประจำคณะ ทำหน้าที่กลั่นกรอง ตรวจสอบ และให้ความเห็นชอบการประเมินผลการเรียน

๕.๑๓ ให้มีการโอนผลการเรียน และการยกเว้นการเรียนในรายวิชาที่ได้ศึกษาแล้วในระดับเดียวกัน

หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติในการขอโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียนในรายวิชา ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัย ว่าด้วยการ โอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียน ในรายวิชา และตามข้อกำหนดของแต่ละสาขาวิชา

ข้อ ๑๐ ให้มีการวัดผลการศึกษาระหว่างภาคเรียนและปลายภาคเรียน ในทุกรายวิชา ที่มี การเรียนการสอนในแต่ละภาคเรียน

การวัดผลระหว่างภาคเรียน ใช้วิธีสอบย่อยและหรือการทำรายงานและหรือ การสอบปฏิบัติและหรือทำกิจกรรมตามที่กำหนดและหรือการสอบกลางภาคเรียน โดยมีคะแนนเก็บระหว่างร้อยละ ๔๐-๗๐ ของคะแนนรวมทั้งหมด หรือตามมติของสภาวิชาการ

การวัดผลปลายภาคเรียน ใช้วิธีสอบข้อเขียนและหรือสอบปฏิบัติ โดยมีคะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ ๓๐-๖๐ ของคะแนนรวมทั้งหมด หรือตามมติของสภาวิชาการ

ข้อ ๑๑ ให้ใช้การประเมินผลการเรียนในรายวิชาต่างๆ ตามหลักสูตร เป็น ๒ ระบบ ดังนี้

(๑) ระบบค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น ๘ ระดับ

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

ระบบนี้ ใช้สำหรับการประเมินผลการเรียนรายวิชาที่เรียนตามหลักสูตรค่าระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ต้องไม่ต่ำกว่า “D”

นักศึกษาได้ค่าระดับคะแนนรายวิชาบังคับเป็น “F” ต้องลงทะเบียนและเรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้ และให้บันทึกลงในทะเบียนแสดงผลการเรียน

สำหรับวิชาเลือกถ้าได้ค่าระดับคะแนน “F” จะลงทะเบียนรายวิชานั้นซ้ำอีกหรือเลือกรายวิชาอื่นแทนได้ และบันทึกลงในทะเบียนแสดงผลการเรียน

สำหรับวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู จะต้องได้ค่าระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า “C”

(๒) ระบบไม่มีค่าระดับคะแนน กำหนดสัญลักษณ์การประเมินดังนี้

ระดับการประเมิน	ความหมายของผลการเรียน	ค่าร้อยละ
PD	ผ่านดีเยี่ยม (Pass with Distinction)	๕๐-๑๐๐
P	ผ่าน (Pass)	๕๐-๘๕
NP	ไม่ผ่าน (No Pass)	๐-๔๕

ระบบนี้ใช้สำหรับการประเมินรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ รายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ รายวิชาสหกิจศึกษา รายวิชาที่หลักสูตรบังคับให้เรียนเพิ่มตามข้อกำหนดเฉพาะ และรายวิชาที่สภามหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนเพิ่ม

รายวิชาที่ได้ผลประเมิน “NP” นักศึกษาต้องลงทะเบียนและเรียนใหม่จนกว่าจะผ่านการประเมิน

สัญลักษณ์อื่น มีดังนี้

Au (Audit) ใช้สำหรับการลงทะเบียนเพื่อร่วมฟัง โดยไม่นับหน่วยกิต

W (Withdraw) ใช้สำหรับการบันทึกหลังจากได้รับอนุมัติให้ถอนรายวิชานั้น ก่อนกำหนดการสอบปลายภาคไม่น้อยกว่า ๒ สัปดาห์ รวมทั้งกรณีที่นักศึกษาลาพักการศึกษาหรือ ถูกสั่งให้พักการศึกษา หลังจากลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนนั้นแล้ว และรายวิชาเลือกที่ได้รับอนุมัติให้ไปเรียนรายวิชาอื่นแทน

I (Incomplete) ใช้สำหรับบันทึกการประเมินที่ไม่สมบูรณ์ในรายวิชาที่นักศึกษายังทำงานไม่เสร็จตามกำหนด โดยมีเหตุผลสมควร เมื่อสิ้นภาคเรียน โดยผู้สอนต้องส่งคะแนนที่มีอยู่พร้อมแนบเกณฑ์การประเมินผล

นักศึกษาที่ได้ “I” ต้องดำเนินการขอรับการประเมิน เพื่อเปลี่ยนระดับคะแนนให้เสร็จสิ้นภายในภาคเรียนถัดไป ถ้านักศึกษายังทำงานไม่เสร็จ คณะกรรมการประจำคณะจะพิจารณาผลงานที่ค้างอยู่เป็นศูนย์ และประเมินผลการเรียนจากคะแนนที่มีอยู่แล้ว ตามเกณฑ์ของอาจารย์ประจำวิชา

FM (Final Missing) ใช้บันทึกการประเมินในรายวิชาที่นักศึกษาขาดสอบปลายภาค โดยผู้สอนต้องส่งคะแนนที่มีอยู่พร้อมแนบเกณฑ์การประเมินผล

นักศึกษาที่ขาดสอบปลายภาค จะต้องสมัครสอบและชำระค่าธรรมเนียมรายวิชาละ ๓๐๐ บาท ภายใน ๑๔ วัน หลังจากเสร็จสิ้นการสอบตามกำหนดของมหาวิทยาลัย นักศึกษาที่ขาดสอบและไม่สมัครสอบตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด หรือสมัครและชำระเงินแต่ ไม่มาสอบตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด คณะกรรมการประจำคณะจะปรับคะแนนส่วนที่เหลืออยู่ เป็นศูนย์แล้วประเมินผลการเรียนจากคะแนนที่มีอยู่ตามเกณฑ์ของอาจารย์ประจำวิชา และในการ ยื่นคำร้องขอสอบปลายภาค ให้นักศึกษายื่นคำร้องที่สำนักงานคณบดีในรายวิชาที่ตนเองเรียนอยู่ เพื่อคณบดีพิจารณาต่อไป

กรณีมหาวิทยาลัยมีความจำเป็น หรือนักศึกษาเจ็บป่วยจนไม่สามารถทำการสอบปลายภาคได้ คณบดีอาจพิจารณาขเว้นการชำระค่าธรรมเนียมการสอบได้

ข้อ ๑๒ รายวิชาที่ได้รับการขเว้นการเรียน ตามข้อบังคับว่าด้วยการ โอนผลการเรียน และขเว้นผลการเรียนให้ได้ผลการเรียนดังนี้

๑๒.๑ รายวิชาที่ได้รับการขเว้นการเรียน จากการศึกษาในระบบ ให้ได้รับผลการเรียน “P”

๑๒.๒ รายวิชาที่ได้รับยกเว้นการเรียน จากการศึกษาจากระบบและหรือ การศึกษาตามอัธยาศัย ให้ได้ผลการเรียน ดังนี้

CS (Credits from Standardized Test) กรณีได้หน่วยกิต จากการ ทดสอบมาตรฐาน (Standardized Test)

CE (Credits from Exam) กรณีได้หน่วยกิต จากการทดสอบด้วยการ สอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐาน (Non-Standardized Test)

CT (Credits from Training) กรณีได้หน่วยกิต จากการประเมิน การศึกษา/อบรมที่จัด โดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา (Evaluation of Non-Sponsored Training)

CP (Credits from Portfolio) กรณีได้หน่วยกิต จากการเสนอแฟ้ม สะสมผลงาน (Portfolio)

#### ข้อ ๑๓ การหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ย

ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาค และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ให้คิดเป็น เลขทศนิยม ๒ ตำแหน่ง โดยไม่ปัดเศษ สำหรับรายวิชาที่ผลการเรียนเป็น “I” หรือ “FM” ไม่นำ หน่วยกิตมารวมเป็นตัวหารเฉลี่ย

๑๓.๑ กรณีที่สอบตกและต้องเรียนซ้ำในรายวิชาบังคับ ให้นำรวมทั้ง หน่วยกิตที่สอบตกและเรียนซ้ำเพื่อใช้เป็นตัวหาร

สำหรับรายวิชาเลือก อาจเลือกเรียนวิชาเดิมหรือวิชาอื่นแทนได้ และให้นำหน่วยกิตที่สอบตกเป็นตัวหารด้วย

๑๓.๒ กรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนวิชาซ้ำกับรายวิชาที่สอบได้แล้ว หรือ เรียนวิชาที่ระบุไว้ในหลักสูตรที่เทียบเท่า ให้นำหน่วยกิตและค่าระดับคะแนนเฉพาะรายวิชาที่ ลงทะเบียนครั้งแรกเท่านั้น

#### ข้อ ๑๔ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนทุกข้อ ดังนี้

๑๔.๑ มีความประพฤติดี

๑๔.๒ สอบผ่านในรายวิชาต่างๆ ครอบคลุมหลักสูตร รวมทั้งรายวิชาที่สภา มหาวิทยาลัยกำหนด

๑๔.๓ ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

๑๔.๔ มีระยะเวลาศึกษา ตามข้อ ๖

ข้อ ๑๕ วันสำเร็จการศึกษากำหนด ๑๔ วัน หลังจากการสอบปลายภาควันสุดท้าย

ข้อ ๑๖ การฟื้นฟูสภาพการเป็นนักศึกษา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

๑๖.๑ ตาย

๑๖.๒ ลาออก

๑๖.๓ ขาดคุณสมบัติของผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษา

๑๖.๔ ปฏิบัติตนผิดระเบียบของมหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยมีประกาศให้พ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๑๖.๕ เมื่อพ้นกำหนดเวลา ๒ สัปดาห์แรกของภาคเรียนแล้วยังไม่มาลงทะเบียนเรียน หรือไม่ได้มารักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษา

นักศึกษาที่พ้นสภาพการเป็นนักศึกษาอาจขอคืนสถานภาพการเป็นนักศึกษาได้ โดยได้รับอนุมัติจากอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย

๑๖.๖ นักศึกษาลงทะเบียนเรียนครบตามที่หลักสูตรกำหนด และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๘๐

๑๖.๗ เรียนครบหลักสูตรและได้รับอนุมัติให้สำเร็จการศึกษาตามข้อ ๑๔

๑๖.๘ มีผลการเรียนอยู่ในเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

๑) ผลการประเมินได้คะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๖๐ เมื่อสิ้นภาคเรียนปกติภาคเรียนที่ ๒ นับแต่วันเริ่มเข้าเรียน

๒) ผลการประเมินได้คะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๘๐ ในภาคเรียนปกติที่ ๔ ที่ ๖ ที่ ๘ ที่ ๑๐ ที่ ๑๒ ที่ ๑๔ ที่ ๑๖ ที่ ๑๘ ที่ ๒๐ ที่ ๒๒ และที่ ๒๔ นับแต่วันเริ่มเข้าเรียน

๓) นักศึกษาไม่ผ่านการฝึกประสบการณ์วิชาชีพเป็นครั้งที่ ๒

๑๖.๙ มีระยะเวลาการศึกษาเกินกำหนดเวลาตามข้อ ๖

ข้อ ๑๗ เมื่อนักศึกษาเรียนได้หน่วยกิต ครบตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแล้วและได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๘๐ แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ ให้เลือกเรียนรายวิชาเพิ่มเติมเพื่อทำค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้ถึง ๒.๐๐ ทั้งนี้ ต้องอยู่ในระยะเวลาที่กำหนด ตามข้อ ๖

ข้อ ๑๘ นักศึกษาที่ทุจริตหรือร่วมทุจริตในการสอบรายวิชาใดให้นักศึกษาผู้นั้นได้รับผลการเรียน F ในรายวิชานั้น และให้มหาวิทยาลัยพิจารณาโทษตามควรแก่กรณี

ข้อ ๑๙ ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จะได้รับเกียรติคุณต้องมีคุณสมบัติดังนี้

๑๙.๑ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สอบได้ระดับคะแนนเฉลี่ยจากการศึกษาไม่น้อยกว่า ๓.๓๕ จะได้รับเกียรติคุณอันดับ ๑

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สอบได้ระดับคะแนนเฉลี่ยจากการศึกษาไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ แต่ไม่ถึง ๓.๓๕ จะได้รับเกียรติคุณอันดับ ๒

นักศึกษาระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง) สอบได้ระดับคะแนนเฉลี่ยจากระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือประกาศนียบัตรอื่นใดที่เทียบเท่าไม่น้อยกว่า ๓.๗๕ และเรียนครบตามหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากการศึกษาในมหาวิทยาลัย ไม่น้อยกว่า ๓.๗๕ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับ ๑

นักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) สอบได้ระดับคะแนนเฉลี่ยจากระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือประกาศนียบัตรอื่นใดที่เทียบเท่าไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ และเรียนครบตามหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยจากการศึกษาในมหาวิทยาลัย ไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับ ๒

๑๕.๒ สอบได้ในรายวิชาใดๆ ไม่ต่ำกว่า “C” ตามระบบค่าระดับคะแนน หรือไม่ได้ “NP” ตามระบบไม่มีค่าระดับคะแนน

#### ๑๕.๓ มีระยะเวลาศึกษา

- ๑) นักศึกษามีเวลาเรียนไม่เกิน ๔ ภาคเรียนปกติติดต่อกัน สำหรับหลักสูตร ๒ ปี
- ๒) นักศึกษามีเวลาเรียนไม่เกิน ๘ ภาคเรียนปกติติดต่อกัน สำหรับหลักสูตร ๔ ปี
- ๓) นักศึกษามีเวลาเรียนไม่เกิน ๑๐ ภาคเรียนปกติติดต่อกัน สำหรับหลักสูตร ๕ ปี
- ๔) นักศึกษามีเวลาเรียนไม่เกิน ๑๒ ภาคเรียนปกติติดต่อกัน สำหรับหลักสูตร ๖ ปี

ข้อ ๒๐ นักศึกษาที่ขอยกเว้นผลการเรียนไม่มีสิทธิ์ได้รับปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ ๒๑ ให้คณะกรรมการประจำคณะเป็นผู้อนุมัติการประเมินผลการศึกษา

ข้อ ๒๒ ค่าธรรมเนียมการศึกษา

การเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาทุกระบบทุกประเภท ให้เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย ว่าด้วยการรับจ่ายเงินเพื่อจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี

ข้อ ๒๓ การประเมินผล

๒๓.๑ ให้มหาวิทยาลัยประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอนทุกภาคการศึกษา เพื่อให้อาจารย์ผู้สอนพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการสอน

๒๓.๒ ให้มหาวิทยาลัยมีการประเมินผลการจัดการศึกษาทุกๆ ระยะเวลา ๔ ปี เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาหลักสูตร



ข้อ ๒๔ ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามข้อบังคับนี้ และมีอำนาจออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้

ในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ ให้อธิการบดีมีอำนาจตีความ และ วินิจฉัย

ประกาศ ณ วันที่

มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๔๘

พลตรี

(สนั่น ขจรประศาสน์)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

**เอกสารหมายเลข 3**  
**การกำหนดรหัสวิชาของสาขาการตลาด**

## หมู่วิชา การตลาด (MKRT)

หมู่วิชาการตลาด ซึ่งอยู่ในหมวดวิชาบริหารธุรกิจ ได้จัดลักษณะเนื้อหาวิชาออกเป็นดังนี้

- |   |            |
|---|------------|
| 1. การตลาดทั่วไป                        | (MKRT-1--) |
| 2. การตลาดระหว่างประเทศ                 | (MKRT-2--) |
| 3. การสื่อสารการตลาด                    | (MKRT-3--) |
| 4. การจัดการด้านการขาย                  | (MKRT-4--) |
| 5. การตลาดเฉพาะด้าน                     | (MKRT-5--) |
| 6.                                      |            |
| 7.                                      |            |
| 8. การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ / สหกิจศึกษา | (MKRT-8--) |
| 9. วิจัย สัมมนา                         | (MKRT-9--) |

### เอกสารหมายเลข 3 การกำหนดรหัสวิชาของสาขาวิชา

#### การกำหนดรหัสของสาขาวิชาการตลาด

#### MKRT \_ \_ \_ \_

MKRT	ความหมาย	เป็นรายวิชาที่เปิดสอนโดยหลักสูตรสาขาการตลาด
ตัวเลขตำแหน่งแรก	ความหมาย	ความเหมาะสมสำหรับนักศึกษาชั้นปีต่าง ๆ เช่น MKRT1101 สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 MKRT2102 สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 เป็นต้น
ตัวเลขตำแหน่งที่สอง	ความหมาย	1 หมายถึงวิชาที่เป็นพื้นฐาน 2 หมายถึงวิชาที่เกี่ยวข้องกับการนำไปประยุกต์ใช้ 3 หมายถึงวิชาที่ใช้ในการวิเคราะห์ 8 หมายถึงวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 9 หมายถึงวิชาสัมมนาและการวิจัย
ตัวเลขตำแหน่งที่สามและสี่	ความหมาย	ลำดับของรายวิชา

### หมู่วิชาการตลาด

รหัสวิชา		ชื่อวิชา	หน่วยกิต
รหัสใหม่	รหัสเก่า		
MKRT1101	MKRT1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
MKRT1102	MKRT1102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
-	MKRT2102	การบริหารการตลาด	3(3-0-6)
MKRT2102	-	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
-	MKRT2104	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
MKRT2104	-	การจัดการการจัดจำหน่าย	3(3-0-6)
MKRT3101	MKRT3101	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
-	MKRT3102	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
MKRT3102	-	การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	3(3-0-6)
MKRT3103	MKRT3103	การจัดการค้าปลีกและการค้าส่ง	3(3-0-6)
MKRT3105	MKRT3105	ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม	3(3-0-6)
-	MKRT3106	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
MKRT3106	-	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3(3-0-6)
MKRT3201	MKRT3201	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
MKRT3303	MKRT3303	การสื่อสารทางการตลาด	3(3-0-6)
MKRT 3305	-	การตลาดเพื่อเครือข่ายสังคม	3(3-0-6)
MKRT3401	MKRT3401	การจัดการด้านการขาย	3(3-0-6)
MKRT3402	MKRT3402	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)
MKRT3403	-	การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
MKRT3901	MKRT3901	วิธีวิจัยวิทยาทางการตลาด	3(3-0-6)
MKRT4103	MKRT4103	การตลาดสีเขียว	3(3-0-6)
MKRT4302	-	การจัดการออร์กาไนเซอร์	3(2-2-5)
MKRT4501	MKRT4501	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	3(3-0-6)
MKRT4801	MKRT4801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	2(90)
MKRT4802	MKRT4802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	5(350)
MKRT4803	-	สหกิจศึกษาทางการตลาด	6(540)

รหัสวิชา		ชื่อวิชา	หน่วยกิต
รหัสใหม่	รหัสเก่า		
MKRT4804	-	เตรียมสหกิจศึกษาทางการตลาด	2(90)
-	MKRT4901	สัมมนาทางการตลาด	1(0-2-1)
MKRT4901	-	สัมมนากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงบูรณาการ	3(2-2-5)
MKRT4902	MKRT4902	การวิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)
MKRT4903	-	แผนการตลาด	3(3-0-6)

**เอกสารหมายเลข 4**  
**ผลงานทางวิชาการ**

## ประวัติและผลงานทางวิชาการ

### 1. อาจารย์พวงทิพย์ หนูเจริญ

1.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

1.2 ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญา	ชื่อปริญญา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
ปริญญาตรี	วท.บ. (การจัดการคอมพิวเตอร์)	วิทยาลัยครูจันทระเกษม	2520
ปริญญาโท	บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	2545

### 1.3 ภาระการสอน ประจำปีการศึกษา 2554

ภาคเรียนที่ 1/2554			ภาคเรียนที่ 2/2554		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
MKRT1101	หลักการตลาด	3(3-0-6)	MKRT4901	สัมมนากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงบูรณาการ	3(3-0-6)
MKRT3106	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	MKRT3105	ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม	3(3-0-6)

### 1.4 ผลงานทางวิชาการ

1.4.1 ตำรา หนังสือ เอกสารประกอบการสอน บทความทางวิชาการ

ไม่มี

1.4.2 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2520	อาจารย์ประจำ วิทยาลัยครูนครศรีธรรมราช
พ.ศ. 2531 - ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทระเกษม
พ.ศ. 2547 – ปัจจุบัน	ประธานหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทระเกษม



## 2. อาจารย์ออร์นี บุญมินิมิตร

2.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

2.2 ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญา	ชื่อปริญญา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
ปริญญาตรี	ศศ.บ. (บริหารธุรกิจ)	ม.เชียงใหม่	2536
ปริญญาโท	บธ.ม.( การตลาด )	ม.แม่โจ้	2541

2.3 ภาระการสอน ประจำปีการศึกษา 2554

ภาคเรียนที่ 1/2554			ภาคเรียนที่ 2/2554		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
MKRT4103	การตลาดสีเขียว	3(3-0-6)	MKRT4903	แผนการตลาด	3(3-0-6)
MKRT3201	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	MKRT3401	การจัดการด้านการขาย	3(3-0-6)

2.4 ผลงานทางวิชาการ

2.4.1 ตำรา หนังสือ เอกสารประกอบการสอน บทความทางวิชาการ

ออร์นี บุญมินิมิตร.(2553). การตลาดสีเขียว . วิทยาการสาร, หน้า 33-38

ออร์นี บุญมินิมิตร.(2553). การตลาดสีเขียว โอกาส และความท้าทาย. เอกสารการประชุม  
วิชาการนานาชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต, หน้า 55-59.

2.4.2 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ.2554 รองคณบดีฝ่ายประกันคุณภาพและศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

พ.ศ.2549-ปัจจุบัน กรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด

พ.ศ.2550-2553 หัวหน้าสำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ

พ.ศ.2541-2545 กรรมการบริหาร โปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ

2.4.3 การฝึกอบรม

พ.ศ. 2553 โครงการต้นกล้าวิจัย รุ่นที่ 8

พ.ศ. 2552 เทคนิคการสอนด้านบริหารธุรกิจ ณ Eastern Institute of  
Technology ประเทศนิวซีแลนด์

พ.ศ. 2545 หลักสูตรMini MBA. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

### 3. อาจารย์สิทธิ วงศ์ทองคำ

3.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

3.2 ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญา	ชื่อปริญญา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
ปริญญาตรี	วท.บ.(เทคโนโลยีชีวภาพ)	มหาวิทยาลัยรังสิต	2539
ปริญญาโท	บธ.ม. (การตลาด )	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	2543

3.3 ภาระการสอน ประจำปีการศึกษา 2554

ภาคเรียนที่ 1/2554			ภาคเรียนที่ 2/2554		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
MKRT4302	การจัดการออร์กาไนเซอร์	3(2-2-5)	MKRT4902	การวิจัยทางการตลาด	3(2-2-5)
MKRT3901	วิธีวิจัยวิทยาทางการตลาด	3(3-0-6)	MKRT3402	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)

3.4 ผลงานทางวิชาการ

3.4.1 ตำรา หนังสือ เอกสารประกอบการสอน บทความทางวิชาการ

สิทธิ วงศ์ทองคำ.(2549) เอกสารประกอบการสอน วิชาการวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

3.4.2 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2540– ปัจจุบัน เลขานุการหลักสูตรการบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

พ.ศ.2540 – ปัจจุบัน นักวิจัยอิสระ

3.4.3 ผลงานวิจัย

สิทธิ วงศ์ทองคำ.(2549). ทศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บัตรเครดิต

เครดิต ในเขตกรุงเทพมหานคร.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏ

จันทรเกษม.

-----.(2550). การจัดกิจกรรมออกกำลังกายเพื่อสร้างควมมีส่วนร่วมในการ

เรียนวิชาการจัดกิจกรรมทางการตลาดของนักศึกษาชั้นปีที่4.กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

- .(2551).รูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาบุคลากรของพนักงาน  
มหาวิทยาลัยสายวิชาการ.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- .(2552).ปัญหาและแนวทางแก้ไขระบบงานอาจารย์ที่ปรึกษา.  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- .(2553).ความต้องการพื้นฐานของนักศึกษา คณะวิทยาการ จัดการ.  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

#### 4. อาจารย์ ดร. จุฑาทิพย์ พหลภักย์

4.1 ตำแหน่งทางวิชาการ

อาจารย์

4.2 ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญา	ชื่อปริญญา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
ปริญญาตรี	ศศ.บ. ( บริหารรัฐกิจ )	ม.รามคำแหง	2527
ปริญญาโท	บธ.ม.( การตลาด )	ม.ธุรกิจบัณฑิตย์	2537
ปริญญาเอก	ค.ด. ( การอุดมศึกษา )	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2547

4.3 ภาระการสอน ประจำปีการศึกษา 2554

ภาคเรียนที่ 1/2554			ภาคเรียนที่ 2/2554		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
MKRT2104	การจัดการการจำหน่าย	3(3-0-6)	MKRT3403	การจัดการ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
MKRT2102	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)	MKRT 3305	การตลาดเพื่อเครือข่ายสังคม	3(3-0-6)

4.4 ผลงานทางวิชาการ

4.4.1 ตำรา หนังสือ เอกสารประกอบการสอน บทความทางวิชาการ

จุฑาทิพย์ ภารพบ.(2541).เอกสารประกอบการสอน รายวิชาศิลปะการขาย.

นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

------(2542).เอกสารประกอบการสอน รายวิชาการบริหารตลาด

นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

จุฑาทิพย์ ภารพบ และคณะ. (2544).เอกสารประกอบการสอนนโยบายผลิตภัณฑ์

และราคาการโฆษณาและส่งเสริมการขาย.นครศรีธรรมราช:

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช .

------(2548). ข้อมูลย้อนกลับ 360 องศา เพื่อการบริหาร

ทรัพยากรบุคคลในสถาบันอุดมศึกษา. วารสารคณะวิทยาการจัดการ(หน้า

1- 10).นครศรีธรรมราช:มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

## 4.4.2 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ.2538-2539	เลขานุการสำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
พ.ศ.2540-2542	หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
พ.ศ.2542-2543	เลขานุการโปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
พ.ศ.2542-2543	รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
พ.ศ.2550-2552	ประธานหลักสูตรการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
พ.ศ. 2545 – มีนาคม 2553	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
พ.ศ.2551-มีนาคม 2553	ผู้อำนวยการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
มีนาคม 2553-ปัจจุบัน	กรรมการหลักสูตรการบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

## 4.4.3 ผลงานวิจัย

จุฑาทิพย์ ภารพ.(2546). กลยุทธ์การพัฒนาวัฒนธรรมวิจัยของอาจารย์. (ผู้ช่วยนักวิจัย) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

-----.(2546). **Development of 360 Feedback System for Human Resource Management for Faculty of Rajabhat Institutes.** SEAAIR 2003 Conference Bangkok Thailand.

จุฑาทิพย์ ภารพและคณะ. (2550) แนวทางการกำหนดกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ป๊อปปูล่าแบบมีส่วนร่วม : กรณีศึกษากลุ่มชุมชนป๊อปปูล่าหมักชีวภาพ อำเภอหัวไทร กรุงเทพฯ: สำนักงานวิจัยแห่งชาติ. จ.นครศรีธรรมราช.

-----.(ผู้วิจัยร่วม).(2551) การพัฒนารูปแบบการสอนแบบเกมในการจัดการเรียนการสอนสายวิชาการตลาด (ศึกษาเฉพาะกรณีศึกษากลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้) ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏ ยะลา.

-----.(ผู้วิจัยร่วม).(2553) การวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อจัดตั้งกลุ่มอาชีพผลิตเห็ดโคนญี่ปุ่นตามกระบวนการวิสาหกิจชุมชน ในตำบลกำเนิดนพคุณ และตำบลขามทะเลสอ . กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

## 4.4.4 การฝึกอบรม

พ.ศ.2538	หลักสูตรการตลาด มหาวิทยาลัยนิวคาสเซิล ประเทศอังกฤษ 1 เดือน
พ.ศ.2546	ศึกษาดูงานการบริหารจัดการมหาวิทยาลัย ประเทศออสเตรเลีย
พ.ศ.2547	ศึกษาดูงานการบริหารจัดการ และสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยสยามและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
พ.ศ. 2548	อบรมหลักสูตร PBL จัดโดยสำนักงานการอุดมศึกษา
พ.ศ.2548	ศึกษาดูงานการบริหารจัดการ การจัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยปักกิ่ง ประเทศจีน
พ.ศ.2549	อบรมหลักสูตร The 360 degree Marketing Program จากศูนย์พัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ
พ.ศ.2549	ศึกษาดูงานการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัย ประเทศเวียดนาม
พ.ศ.2550	ศึกษาดูงานการจัดการธุรกิจ และศึกษาดูงานด้านหลักสูตรมหาวิทยาลัยโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น
พ.ศ.2551	ศึกษาดูงาน การจัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา การพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจ และแนวทางการจัดทำ โครงการความร่วมมือมหาวิทยาลัยเคียงฮี ในประเทศเกาหลีใต้
พ.ศ.2552	อบรมหลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

## การเป็นวิทยากร

พ.ศ. 2547	วิทยากรอบรมเรื่อง เทคนิคงานบริการทางการตลาด ให้กับบุคลากรโรงพยาบาลมหาราช
พ.ศ.2548	วิทยากรอบรมเรื่อง จิตวิทยาในการให้บริการ ให้กับองค์การสวนยางจังหวัดยะลา
พ.ศ.2548	วิทยากรอบรมเรื่อง การเขียนแผนธุรกิจ ให้กับบุคลากร สาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช
พ.ศ.2549	วิทยากรอบรมเรื่อง การวางแผนการตลาด ให้กับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์กระจุ๊ด อำเภอยะหวาด
พ.ศ.2551	วิทยากรอบรมเรื่อง Below the line Strategies ให้กับการสื่อสารแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตใต้

## 5. อาจารย์อชิรินทร์ รัฐกิจวานิชย์

5.1 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

5.2 ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จ
ปริญญาตรี	บช.บ. ( การตลาด )	ม.อัสสัมชัญ	2541
ปริญญาโท	บช.ม. ( การตลาด )	ม. รามคำแหง	2548

### 5.3 ภาระการสอน ประจำปีการศึกษา 2554

ภาคเรียนที่ 1/2554			ภาคเรียนที่ 2/2554		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
MKRT3106	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3(3-0-6)	MKRT3101	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
MKRT1102	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)	MKRT3103	การจัดการค้าปลีกและการค้าส่ง	3(3-0-6)

### 5.4 ผลงานทางวิชาการ

5.4.1 ตำรา หนังสือ เอกสารประกอบการสอน บทความทางวิชาการ

ไม่มี

5.4.2 ประสบการณ์การทำงาน

- พ.ศ. 2539      เจ้าหน้าที่ฝ่ายแนะนำผลิตภัณฑ์ บริษัท THAI ULTIMATE CAR (TUC) CO., LTD.
- พ.ศ. 2543      เจ้าหน้าที่ฝ่ายแนะนำผลิตภัณฑ์ บริษัท DIETHELM CO.,&LTD. (INFANT MILK)
- พ.ศ. 2543      เจ้าหน้าที่ฝ่ายแนะนำผลิตภัณฑ์ บริษัท L'OREAL THAILAND CO.,LTD. (THAILAND)
- พ.ศ. 2545      เจ้าหน้าที่ฝ่ายแนะนำผลิตภัณฑ์ บริษัท MAPA SPONTEX CO.,LTD. (THAILAND)

- พ.ศ. 2549 อาจารย์ มหาวิทยาลัยสยาม
- พ.ศ. 2550 อาจารย์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- พ.ศ. 2552 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

### 5.5 การฝึกอบรม

- พ.ศ. 2539 **BASIC SALES COURSE. THAI ULTIMATE CAR CO., LTD.**
- พ.ศ. 2544 **SALES TECHNIQUES FOR SUCCESS I&II.**
- พ.ศ. 2544 **BETTER THAN THE BEST. PROCESSED BY OUTSOURCE  
TRAINING CENTER, DIETHELM CO., LTD**
- พ.ศ. 2545 **WE WILL WIN.EQ.COM.PROCESSED BY CELEMI'S APPLES  
& ORANGES**
- พ.ศ. 2554 อบรมการทำวิจัยในชั้นเรียน
- พ.ศ. 2554 อบรมการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ
- พ.ศ. 2554 อบรมเทคนิคการออกข้อสอบที่ดี