**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต**

**สาขาวิชา การตลาด**

**หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556**

**ชื่อสถาบันอุดมศึกษา**  มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**คณะ**  วิทยาการจัดการ

**หมวดที่ 1**

**ข้อมูลทั่วไป**

**1. ชื่อหลักสูตร**

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration

Program in Marketing

**2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา**

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : บธ.บ. (การตลาด)

ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.B.A. (Marketing)

**3. วิชาเอก**

สาขาวิชาการตลาด

**4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร**

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 130 หน่วยกิต

**5. รูปแบบของหลักสูตร**

**5.1 รูปแบบ**

หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

**5.2 ภาษาที่ใช้**

ภาษาไทย

**5.3 การรับเข้าศึกษา**

รับนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติที่สามารถสื่อสารภาษาไทยได้

**5.4** **ความร่วมมือกับสถาบันอื่น**

เป็นหลักสูตรเฉพาะของสถาบันโดยเฉพาะ

**5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา**

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

**6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาเห็นชอบ/อนุมัติหลักสูตร**

6.1 หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556 ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ พ.ศ. 2549

เปิดสอนในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2556

6.2 ได้พิจารณาเห็นชอบโดยสภาวิชาการ ในการประชุมครั้งที่ 5/2555

เมื่อวันที่ 25 เดือนเมษายน พ.ศ. 2555

6.3 ได้รับอนุมัติหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ 3/2556

เมื่อวันที่ 1 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556

**7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน**

ปีการศึกษา 2558

**8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา**

8.1 นักขาย

8.2 นักประชาสัมพันธ์

8.3 นักโฆษณา

8.4 ผู้บริหารการขาย

8.5 ผู้ประกอบการอิสระ

8.6 ผู้บริหารลูกค้าสัมพันธ์

**9. ชื่อ-สกุล เลขประจำตัวประชาชน ตำแหน่งทางวิชาการ และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร**

| **ลำดับ** | **ชื่อ-สกุล**  **คุณวุฒิการศึกษา**  **มหาวิทยาลัย/สถาบัน**  **ปีที่สำเร็จการศึกษา** | **เลขประจำตัวประชาชน** | **ตำแหน่ง**  **ทางวิชาการ** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | นางสาวสุรางค์รัตน์ แสงศรี  บธ.ด. (การตลาด)  มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2553  บธ.ม. (การบริหารการตลาด)  มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2538  บธ.บ. (การตลาด)  สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2535 | 3100600455665 | อาจารย์ |
| 2 | นายสมบูรณ์ ขันธิโชติ  บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกริก, 2537  กศ.บ. (ธุรกิจศึกษา) มหาวิทยาลัย  ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2521 | 5100599011378 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ |
| 3 | นางสาวชัชสรัญ รอดยิ้ม  บธ.ด. (การตลาด)  มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2551  บธ.ม. (การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ)  มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2543  บธ.บ. (การบัญชี)  มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2536 | 3130600044843 | อาจารย์ |

**10. สถานที่จัดการเรียนการสอน**

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร**

**11.1 การพัฒนาทางเศรษฐกิจ**

ตามที่สภาวะเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของโลกเปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบต่อโครงสร้าง  
ทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของประเทศ จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับ  
การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. (2555 – 2559) ที่เน้นการสร้างทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการคิดเป็นทำเป็น การสังเคราะห์ความรู้สั่งสมด้วยการเสริมสร้างทักษะให้มีจิตสาธารณะ 5 ด้าน และต่อยอดสู่นวัตกรรมความรู้ การฝึกฝนจนเกิดความคิดสร้างสรรค์การเปิดใจกว้างพร้อมรับทุกความคิดเห็นและการปลูกฝังจิตใจที่มีคุณธรรม ประกอบการเปิดประชาคมอาเซียนในปี 2558 ย่อมส่งผลต่อการผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ โดยเฉพาะด้านการตลาดรองรับทันต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถประกอบอาชีพได้ตามศักยภาพของตน มีการพัฒนาตนเอง พัฒนาสังคม ด้วยสำนึกแห่งคุณธรรมจริยธรรม โดยเฉพาะทางการตลาด

**11.2 การพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม**

การสื่อสารไร้พรมแดน มีบทบาทในการเข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคน  
ในสังคม จึงทำให้สังคมแต่ละประเทศจำเป็นต้องปรับตัวให้เป็นไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ ดังนั้น  
จึงต้องปรับปรุงหลักสูตรตามการเปลี่ยนแปลงตามโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมส่งผล  
ต่อพฤติกรรมการบริโภค ลักษณะรูปแบบทางธุรกิจที่เปลี่ยนไป รวมทั้งจรรยาบรรณและศีลธรรม  
ในการประกอบวิชาชีพด้านการตลาด

สืบเนื่องจากการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน ในมิติของสังคม และวัฒนธรรมส่งผลต่อพันธกิจของมหาวิทยาลัยที่ต้องปรับตัว ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความเข้าใจต่อพันธกิจตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมของชาติ และรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจและสังคมอาเซียน อย่างรู้เขา รู้เรา สามารถบูรณาการวัฒนธรรมชาติอื่นอย่างเข้าใจ ขณะเดียวกันก็คงความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมความเป็นไทยของเราไว้ ดังนั้น จึงต้องมีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมดังกล่าว โดยเฉพาะในส่วนของรูปแบบธุรกิจที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค การตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงบริบททางการตลาดสมัยใหม่ที่บัณฑิตทางการตลาดพึงมีความรู้ ความเชี่ยวชาญทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามมิติทางสังคมและวัฒนธรรม

**12. ผลกระทบจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม**

**ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน**

**12.1 การพัฒนาหลักสูตร**

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลง เป็นผลให้ต้องมี  
การพัฒนาหลักสูตรเพื่อสร้างนักการตลาดให้สามารถปรับตัวในการปฏิบัติงานด้านการตลาด  
ที่สามารถตอบสนองในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ

**12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน**

การพัฒนาหลักสูตรของสาขาต้องสอดคล้องพันธกิจของมหาวิทยาลัยที่เน้นการสร้าง  
ความรู้ใหม่เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นโดยนำเทคโนโลยี ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งคุณธรรมจริยธรรมมาใช้

**13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/วิทยาลัย/ สาขาวิชา/หลักสูตรอื่นของสถาบัน**

**13.1 รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ/วิทยาลัย/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่น**

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเป็นหลักสูตรที่จำเป็นต้องมีความรู้และทักษะในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งรายวิชาต่าง ๆ ที่เป็นหมวดวิชาศึกษาทั่วไปและวิชาพื้นฐานเฉพาะด้านที่นักศึกษาต้องไปเรียนในคณะอื่นประกอบด้วย

13.1.1 กลุ่มภาษา 9 หน่วยกิต

13.1.2 กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 12 หน่วยกิต

13.1.3 กลุ่มคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 9 หน่วยกิต

13.1.4 กลุ่มวิชาแกน ได้แก่ วิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 และภาษาอังกฤษธุรกิจ 2

13.1.5 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ ได้แก่ จริยธรรมทางธุรกิจ สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ หลักการบัญชี การภาษีอากร1 การบัญชีเพื่อการจัดการ การเงินธุรกิจ หลักการตลาด องค์การและการจัดการ ยุทธศาสตร์การจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารการผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ กฎหมายธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการหลักเศรษฐศาสตร์ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

**13.2 รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้คณะ/วิทยาลัย/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน**

หลักการตลาด

**13.3 การบริหารจัดการ**

13.3.1 จัดหาอาจารย์และอาจารย์พิเศษที่มีศักยภาพมาสอน และมีการเชิญวิทยากรพิเศษมาบรรยายเสริมในทุกรายวิชาเพื่อเพิ่มความเข้มในเนื้อหาวิชาให้มากขึ้นและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

13.3.2 มีการวางแผนการจัดการเรียนการสอน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน  
ผ่านการทำแผนการสอนร่วมกัน ก่อนที่จะเริ่มเรียนในทุกรายวิชา

13.3.3 จัดหาวัสดุและครุภัณฑ์การศึกษา รวมทั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อสนับสนุน  
การเรียนการสอนอย่างมีคุณภาพ

13.3.4 มีการวางแผนและดำเนินการเพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสไปศึกษาดูงานและฝึกงานจากหน่วยงานที่จะเป็นต้นแบบในการเสริมความรู้และประสบการณ์

13.3.5 มีการประเมินผลการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

**หมวดที่ 2**

**ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร**

**1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร**

**1.1 ปรัชญา**

สรรค์สร้างองค์ความรู้ ควบคู่จรรยาบรรณ ก้าวทันการตลาด

**1.2 ความสำคัญ**

เน้นทักษะทางการตลาด เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการประยุกต์ใช้ศาสตร์ในวิชาชีพทางการตลาด รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ในการปฏิบัติงาน  
ให้สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร**

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการตลาดสมัยใหม่

1.3.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาดโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถสื่อสารได้กับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.3 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพทางการตลาด

**2. แผนพัฒนาปรับปรุง**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง** | **กลยุทธ์** | **ตัวบ่งชี้/หลักฐาน** |
| 1. พัฒนาหลักสูตรการตลาด  ให้มีมาตรฐานตามที่ สกอ. กำหนด | 1. พัฒนาหลักสูตรโดยอาศัยกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่กำหนดโดยคณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอน และการวิจัย ด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย และศึกษาข้อมูลพื้นฐานของหลักสูตรการตลาดในระดับ อุดมศึกษาของสถาบันต่าง ๆ  2. ติดตามประเมินหลักสูตร อย่างสม่ำเสมอ | 1. เอกสารการพัฒนาหลักสูตร  2. รายงานผลการประเมินหลักสูตร |
| 2. ปรับปรุงหลักสูตรให้มี  ความเหมาะสมทันสมัย สอดคล้องกับการ เปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ | 1. ศึกษาข้อมูลความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและสภาวการณ์ทางการตลาด | 1. รายงานผลการวิจัยความ พึงพอใจในการใช้บัณฑิตของผู้ประกอบการ การมีงานทำ ของบัณฑิตที่ตรงตามสาขา |
| 3. พัฒนาคณาจารย์ใน สาขาวิชา | 1. สนับสนุนให้อาจารย์และบุคลากรเข้าอบรม/สัมมนา ทางวิชาการ/ดูงานทั้งภายใน และภายนอก  2. สนับสนุนให้อาจารย์ทำผลงานทางวิชาการ/ศึกษาต่อ ในระดับที่สูงขึ้น  3. สนับสนุนให้อาจารย์ให้บริการทางวิชาการแก่บุคคลและหน่วยงานภายนอก | 1. รายงานการเข้าร่วมการอบรม/สัมมนาทางวิชาการ/ ดูงาน  2. ผลงานทางวิชาการ/ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น  3. ปริมาณงานบริการวิชาการ |

**หมวดที่ 3**

**ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร**

**1. ระบบการจัดการศึกษา**

**1.1 ระบบ**

ใช้ระบบการศึกษาแบบทวิภาค โดยหนึ่งปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติหนึ่งภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ สำหรับการเปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้กำหนดระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิต โดยมีสัดส่วนเทียบเคียงได้กับภาคการศึกษาปกติและเป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาตรี(ต่อเนื่อง) พ.ศ.2548

**1.2 การจัดการศึกษา**

ขึ้นอยู่กับนโยบายมหาวิทยาลัยและการบริหารจัดการของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

**1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค**

สำหรับการเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาคให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย  
ราชภัฏพระนคร เรื่องการเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนข้ามมหาวิทยาลัย

**2. การดำเนินการหลักสูตร**

**2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน**

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน ถึง เดือนกันยายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนกุมภาพันธ์

ภาคฤดูร้อน เดือนมีนาคม ถึง เดือนพฤษภาคม

ทั้งนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามนโยบายมหาวิทยาลัย

**2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา**

2.2.1 สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ตามหลักสูตรของกระทรวง  
ศึกษาธิการหรือเทียบเท่า

2.2.2 ผ่านการคัดเลือกโดยระบบการคัดเลือกของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและ/หรือเป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เรื่อง การรับนักศึกษามหาวิทยาลัย  
ราชภัฏพระนครด้วยวิธีจัดสรรโควตาแก่สถานศึกษาประจำปีการศึกษา 2549

สำหรับผู้สมัครที่มีคุณสมบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนดให้อยู่ในดุลยพินิจของ  
คณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย กำหนดการและวิธีการรับเข้าศึกษาให้เป็นไปตามประกาศ  
ของมหาวิทยาลัย

**2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า**

เนื่องจากนักศึกษาที่เข้าเรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จะต้องเรียนรายวิชาที่เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจหลายวิชาที่ต้องใช้ทักษะการคำนวณ เช่น การบัญชี การเงิน เศรษฐศาสตร์ มีรายวิชาที่เกี่ยวกับการใช้งานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ นอกจากนั้นยังต้องเรียน  
รายวิชาภาษาอังกฤษเป็นวิชาแกน ซึ่งนักศึกษาที่มีพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และภาษาอังกฤษไม่ดี หรือไม่มีทักษะในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และยังต้องปรับตัวกับการเรียนการสอน  
ในระดับอุดมศึกษาที่แตกต่างจากการเรียนในระดับมัธยมศึกษา อาจส่งผลให้นักศึกษามีปัญหา  
ในการทำความเข้าใจและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาดังกล่าวได้

**2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3**

อาจารย์ประจำวิชาเป็นผู้ให้คำแนะนำถึงปัญหา เพื่อสร้างความเข้าใจและเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา มีการจัดสอนเสริมในรายวิชาการทางคณิตศาสตร์และภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้อง  
ในรายวิชาของสาขาตามความต้องการอย่างเหมาะสมให้กับนักศึกษา

**2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **นักศึกษา** | **จำนวนนักศึกษาที่รับแต่ละปีการศึกษา** | | | | |
|  | **2556** | **2557** | **2558** | **2559** | **2560** |
| ชั้นปีที่ 1 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| ชั้นปีที่ 2 | - | 50 | 50 | 50 | 50 |
| ชั้นปีที่ 3 | - | - | 50 | 50 | 50 |
| ชั้นปีที่ 4 | - | - | - | 50 | 50 |
| รวม | 50 | 100 | 150 | 200 | 200 |
| คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา | - | - | - | 50 | 50 |

**2.6 งบประมาณตามแผน**

| **หมวดเงิน** | **ปีงบประมาณที่ต้องการ** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **2556** | **2557** | **2558** | **2559** | **2560** |
| **งบบุคลากร** |  | | | | |
| หมวดเงินเดือน | 955,200 | 1,012,512 | 1,073,260 | 1,137,600 | 1,205,800 |
| **งบดำเนินการ (ตามโครงการที่พัฒนานักศึกษา)** | | | | | |
| หมวดค่าตอบแทน | 54,000 | 57,200 | 60,600 | 64,200 | 68,000 |
| หมวดค่าใช้สอย | 158,500 | 168,000 | 178,000 | 188,700 | 200,000 |
| หมวดค่าวัสดุ | 32,000 | 33,900 | 35,900 | 38,000 | 40,300 |
| หมวดค่าสาธารณูปโภค ฯลฯ | 36,000 | 48,000 | 72,000 | 84,000 | 84,000 |
| **งบลงทุน** |  |  |  |  |  |
| หมวดครุภัณฑ์ | - | - | - | - | - |
| **รวมทั้งสิ้น (บาท)** | **1,235,700** | **1,319,612** | **1,419,760** | **1,512,500** | **1,598,100** |
| **จำนวนนักศึกษา (คน)** | **50** | **100** | **150** | **200** | **200** |
| **ค่าใช้จ่ายในการผลิตบัณฑิต** |  |  |  |  |  |
| **ของนักศึกษาต่อคนต่อปี (บาท)** | **24,714** | **13,196** | **9,465** | **7,562** | **7,990** |

**2.7 ระบบการศึกษา**

🗹 แบบชั้นเรียน

🞎 แบบทางไกลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก

🞎 แบบทางไกลผ่านสื่อแพร่ภาพและเสียงเป็นสื่อหลัก

🞎 แบบทางไกลทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก (e-learning)

🞎 แบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต

🞎 อื่นๆ (ระบุ) ……………………..

**2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย**

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี

**3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน**

**3.1 หลักสูตร**

**3.1.1 จำนวนหน่วยกิต**

**จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 130 หน่วยกิต**

**3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร**

**1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต**

1.1) กลุ่มภาษา 9 หน่วยกิต

1.2) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 12 หน่วยกิต

1.3) กลุ่มคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี 9 หน่วยกิต

**2) หมวดวิชาเฉพาะ 94 หน่วยกิต**

2.1) กลุ่มวิชาแกน 6 หน่วยกิต

2.2) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 45 หน่วยกิต

2.3) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 36 หน่วยกิต

2.4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 7 หน่วยกิต

**3) หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต**

**3.1.3 การจัดการเรียนการสอน**

**1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต**

**1.1) กลุ่มภาษา 9 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ**

1500110 ภาษาไทยเพื่อการสื่อความหมาย 3(3-0)

Thai Language for Communication

1500111 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและทักษะการเรียนรู้ 3(3-0)

English for Communication and Study Skills

1500112 ภาษากับวัฒนธรรม 3(3-0)

Language and Culture

**1.2) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 12 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ**

2500113 ความจริงกับการพัฒนาชีวิต 3(3-0)

Truth and Development of Life

2500114 สุนทรียภาพเพื่อการพัฒนาตน 3(3-0)

Aesthetics for Self Development

2500115 วิถีไทยสู่สังคมโลก 3(3-0)

Thai Living to Global Society

2500116 กฎหมายในชีวิตประจำวัน 3(3-0)

Laws in Daily Life

**1.3) กลุ่มคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี 9 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ**

4000115 วิทยาศาสตร์กับดุลยภาพของชีวิต 3(2-2)

Sciences and Equilibrium of Life

4000116 การแก้ปัญหาเชิงบูรณาการ 3(3-0)

Integrated Problem Solving

4000117 เทคโนโลยีกับการพัฒนา 3(3-0)

Technology and Development

**2) หมวดวิชาเฉพาะ 94 หน่วยกิต**

**2.1) กลุ่มวิชาแกน 6 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ**

1551605 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 3(3-0)

Business English 1

1551606 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 3(3-0)

Business English 2

**2.2) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 45 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ**

3504101 จริยธรรมทางธุรกิจ 3(3-0)

Business Ethics

3504301 สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ 3(2-2)

Statistics and Business Research

3521103 หลักการบัญชี 3(2-2)

Principles of Accounting

3522204 การภาษีอากร 1 3(3-0)

Taxation 1

3524301 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0)

Managerial Accounting

3531101 การเงินธุรกิจ 3(3-0)

Business Finance

3541101 หลักการตลาด 3(3-0)

Principles of Marketing

3561101 องค์การและการจัดการ 3(3-0)

Organization and Management

3561104 ยุทธศาสตร์การจัดการ 3(3-0)

Managerial Strategies

3561105 การเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0)

Entrepreneurship

3562307 การบริหารการผลิต 3(3-0)

Production Management

3562402 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0)

Human Resource Management

3563117 กฎหมายธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ 3(3-0)

Business Laws for Entrepreneur

3592110 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(3-0)

Principles of Economics

3593301 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(3-0)

Quantitative Analysis

**2.3) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 36 หน่วยกิต**

**2.3.1) บังคับ 24 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ**

3541302 การจัดการค้าส่งและค้าปลีก 3(3-0)

Wholesale and Retail Management

3542105 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0)

Consumer Behavior

3543101 การบริหารการตลาด 3(3-0)

Marketing Management

3543103 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0)

Marketing Strategies

3544104 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0)

Consumer Relationship Management

3544105 การตลาดโลก 3(3-0)

Global Marketing

3544901 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2)

Seminar on Marketing

3544902 การวิจัยตลาด 3(2-2)

Marketing Research

**2.3.2) เลือก 12 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ**

3541201 ระบบสารสนเทศการตลาด 3(3-0)

Marketing Information Systems

3542109 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0)

Product and Price Management

3542302 การจัดการช่องทางการตลาด 3(3-0)

Marketing Channel Management

3542308 การจัดการและเทคนิคการขาย 3(3-0)

Sale Management and Techniques

3542403 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0)

Integrated Marketing Communication

3543104 การตลาดบริการ 3(3-0)

Service Marketing

3543106 การตลาดเพื่อสังคม 3(3-0)

Social Marketing

3543108 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3(3-0)

Marketing for Entrepreneur

3543201 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ 3(3-0)

Product Standard

3543307 การจัดการจัดหา 3(3-0)

Procurement Management

3544102 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0)

Quantitative Analysis for Marketing

3544903 ปัญหาพิเศษทางการตลาด 3(2-2)

Special Problems in Marketing

**2.4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 7 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ**

3503821 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 2(90)

Preparation for Professional Internship in Marketing

3504819 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 5(450)

Professional Internship in Marketing

**3) หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต**

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยไม่ซ้ำซ้อนกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้ ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ตามความถนัดและความสนใจ

**3.1.4 แผนการศึกษา**

**ชั้นปีที่ 1**

**ภาคการศึกษาที่ 1**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**กลุ่มภาษา**

1500110 ภาษาไทยเพื่อการสื่อความหมาย 3(3-0)

1500111 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและทักษะการเรียนรู้ 3(3-0)

**กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**

2500113 ความจริงกับการพัฒนาชีวิต 3(3-0)

**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ**

3521103 หลักการบัญชี 3(2-2)

3561101 องค์การและการจัดการ 3(3-0)

3592110 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(3-0)

**รวม 18 หน่วยกิต**

**ภาคการศึกษาที่ 2**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**กลุ่มภาษา**

1500112 ภาษากับวัฒนธรรม 3(3-0)

**กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**

2500115 วิถีไทยสู่สังคมโลก 3(3-0)

2500116 กฎหมายในชีวิตประจำวัน 3(3-0)

**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ**

3531101 การเงินธุรกิจ 3(3-0)

3541101 หลักการตลาด 3(3-0)

3562402 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0)

**รวม 18 หน่วยกิต**

**ชั้นปีที่ 2**

**ภาคการศึกษาที่ 1**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**

2500114 สุนทรียภาพเพื่อการพัฒนาตน 3(3-0)

**กลุ่มคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี**

4000115 วิทยาศาสตร์กับดุลยภาพของชีวิต 3(2-2)

**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ**

3504101 จริยธรรมทางธุรกิจ 3(3-0)

3522204 การภาษีอากร 1 3(3-0)

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)**

3542105 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0)

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (เลือก)** 3(3-0)

**รวม 18 หน่วยกิต**

**ภาคการศึกษาที่ 2**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**กลุ่มคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี**

4000116 การแก้ปัญหาเชิงบูรณาการ 3(3-0)

4000117 เทคโนโลยีกับการพัฒนา 3(3-0)

**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ**

3524301 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0)

3561105 การเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0)

3562307 การบริหารการผลิต 3(3-0)

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)**

3543101 การบริหารการตลาด 3(3-0)

**รวม 18 หน่วยกิต**

**ชั้นปีที่ 3**

**ภาคการศึกษาที่ 1**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ**

3593301 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(3-0)

3563117 กฎหมายธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ 3(3-0)

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)**

3541302 การจัดการค้าส่งและค้าปลีก 3(3-0)

3543103 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0)

3544104 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0)

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (เลือก)** 3(3-0)

**รวม 18 หน่วยกิต**

**ภาคการศึกษาที่ 2**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**กลุ่มวิชาแกน**

1551605 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 3(3-0)

**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ**

3504301 สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ 3(2-2)

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)**

3544105 การตลาดโลก 3(3-0)

3544901 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2)

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (เลือก)** 3(3-0)

**หมวดวิชาเลือกเสรี** 3(3-0)

**รวม 18 หน่วยกิต**

**ชั้นปีที่ 4**

**ภาคการศึกษาที่ 1**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**กลุ่มวิชาแกน**

1551606 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 3(3-0)

**กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ**

3503821 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 2(90)

**กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ**

3561104 ยุทธศาสตร์การจัดการ 3(3-0)

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)**

3544902 การวิจัยการตลาด 3(2-2)

**กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (เลือก)** 3(3-0)

**หมวดวิชาเลือกเสรี** 3(3-0)

**รวม 17 หน่วยกิต**

**ภาคการศึกษาที่ 2**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาภาษาไทย น(ท-ป)**

**กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ**

3504819 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 5(450)

**รวม 5 หน่วยกิต**

**3.1.5 คำอธิบายรายวิชา**

**1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต**

**1.1) กลุ่มภาษา 9 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป)**

**1500110 ภาษาไทยเพื่อการสื่อความหมาย 3(3-0)**

**Thai Language for Communication**

ความสำคัญของภาษาไทย การใช้ภาษาไทยในการสื่อความหมายอย่างถูกต้องและเหมาะสม การใช้ทักษะทางภาษาที่สัมพันธ์กันในการจับใจความสำคัญ การขยายความ การย่อความ การสรุปความ การวิเคราะห์ การวิจารณ์ การตีความ และการสังเคราะห์ ทักษะการฟัง การอ่าน  
การพูด และการเขียนอย่างมีมารยาทและมีคุณภาพ การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการ  
ด้วยลายลักษณ์อักษร วาจา และสื่อประสม

1500111 **ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและทักษะการเรียนรู้ 3(3-0)**

**English for Communication and Study Skills**

Oral communication skills and listening comprehension skills to gain confidence and fluency in interpersonal and presentational communication. Basic study skills: reading, writing and those required for vocabulary development and information retrieval used for undertaking basic research.

**1500112** **ภาษากับวัฒนธรรม** **3(3-0)**

**Language and Culture**

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการดำเนินชีวิตและพัฒนาวิชาชีพ  
การกระทบทางวัฒนธรรมกับภาษาที่มีต่อกัน อิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีต่อวิวัฒนาการของภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม วัฒนธรรมกับการใช้ภาษาในกลุ่มอาเซียน ภาษาถิ่น  
เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ความเจริญของภาษา การใช้ภาษาในวรรณกรรมอย่างมีศิลปะ

**1.2) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 12 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป)**

**2500113 ความจริงกับการพัฒนาชีวิต 3(3-0)**

**Truth and Development of Life**

ทฤษฎีต่าง ๆ เกี่ยวกับความหมายของชีวิต ทางด้านวิทยาศาสตร์ ด้านศาสนา ด้านสังคม จิตนิยม วัตถุนิยม การกำเนิดและวิวัฒนาการของชีวิต ปรัชญาต่าง ๆ ในการดำรงชีวิต การให้คุณค่าของชีวิต การพัฒนาคุณภาพชีวิต ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง ครอบครัว และสังคม  
การมีจิตสำนึกหรือความตระหนัก และการเสียสละต่อส่วนรวม

**2500114 สุนทรียภาพเพื่อการพัฒนาตน 3(3-0)**

**Aesthetics for Self Development**

การรับรู้สุนทรียภาพในความงามของธรรมชาติ การสร้างสรรค์งานศิลปกรรมของมนุษย์ ด้านความเชื่อ ศาสนา สังคม บนพื้นฐานแห่งการมองเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหวที่แสดงถึงความสามารถในการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์งานศิลปกรรมแต่ละแบบ การพัฒนาทางอารมณ์  
และสังคม การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม การนำศิลปะมาประยุกต์ การแสวงหาความรู้และ  
การสร้างสรรค์ศิลปะที่นำไปสู่การเข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่น และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง

**2500115 วิถีไทยสู่สังคมโลก 3(3-0)**

**Thai Living to Global Society**

ความสัมพันธ์และการบูรณาการของสังคมไทยและสังคมโลก ทางด้านสังคมวัฒนธรรมเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน สร้างความตระหนักในคุณค่าวัฒนธรรม และการร่วมกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย และท้องถิ่น การวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับวิวัฒนาการ ผลกระทบ การผสมผสาน การกลืนกลาย ความร่วมมือ และความขัดแย้ง  
ในระดับชุมชน ระดับประเทศและระหว่างประเทศ

**2500116 กฎหมายในชีวิตประจำวัน 3(3-0)**

**Laws in Daily Life**

กฎหมายรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของพลเมือง ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ประมวลกฎหมายอาญา และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น พระราชบัญญัติจราจรทางบก พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พระราชบัญญัติทะเบียนราษฎร พระราชบัญญัติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสิทธิชุมชน

**1.3) กลุ่มคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี 9 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป)**

**4000115 วิทยาศาสตร์กับดุลยภาพของชีวิต 3(2-2)**

**Sciences and Equilibrium of Life**

ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิต ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อภาวะสุขภาพของสังคมไทยและสังคมโลก สถานการณ์ปัญหาสุขภาพ พฤติกรรมการบริโภค พฤติกรรมสุขภาพทางเพศ ปัญหาความเครียด การเสพสารเสพติด การเสพสุราและบุหรี่ สารเคมีและผลิตภัณฑ์ทางธรรมชาติที่มีผลกระทบต่อสุขภาวะ การตระหนักรู้เท่าทันการอนุรักษ์พลังงานและภัยพิบัติธรรมชาติ แบบแผนการดำเนินชีวิตแบบองค์รวมในชีวิตประจำวันที่มีความพอดีและการฝึกปฏิบัติออกกำลังกาย เพื่อพัฒนาดุลยภาพของชีวิต

**4000116 การแก้ปัญหาเชิงบูรณาการ 3(3-0)**

**Integrated Problem Solving**

การเสริมสร้างทักษะพัฒนาการคิด และการตัดสินใจตามหลักการ แนวคิดแบบต่าง ๆ  
ของมนุษย์ ตรรกวิทยา การคิดเชิงสังคมศาสตร์ การคิดเชิงศาสนศาสตร์ การคิดเชิงวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ การคิดเชิงจิตวิทยา โดยเน้นการบูรณาการ คิดแบบองค์รวม และการคิดเพื่อแก้ปัญหา  
ในโลกสมัยใหม่ สำหรับการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข

**4000117 เทคโนโลยีกับการพัฒนา 3(3-0)**

**Technology and Development**

ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อม การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม อาชีพ และการสื่อสาร เปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย ของเทคโนโลยีที่มีผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

**2) หมวดวิชาเฉพาะ 94 หน่วยกิต**

**2.1) กลุ่มวิชาแกน 6 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป)**

**1551605 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 3(3-0)**

**Business English 1**

A four-skill introductory course providing basic knowledge of business concentrating on inter-office communication. Variety of business terminology and expressions through related topics which include office organization, telephoning, making arrangements and appointments, social contact, business correspondence in the office (memo, notes, notices, announcements), letters of inquiry, quotation and ordering, and applying for a job (resume and coverage letter, application forms).

**1551606 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 3(3-0)**

**Business English 2**

**Pre-requisite : 1551605 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1**

Providing a chance to explore business concept world-wide with concentration on domestic and international trade. Encouraging students to be familiar with the language used in various fields and situations of business transactions, Information technology retrieval recommended.

**2.2) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 45 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป)**

**3504101 จริยธรรมทางธุรกิจ 3(3-0)**

**Business Ethics**

แนวคิดที่มาของจริยธรรมและหลักธรรมาภิบาลในองค์การธุรกิจ โดยเน้นจริยธรรมผู้บริหาร จริยธรรมพนักงาน จริยธรรมต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคม  
และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ  
โดยใช้กรณีศึกษาประกอบ

**3504301 สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ 3(2-2)**

**Statistics and Business Research**

ความสำคัญของการวิจัยทางธุรกิจ ขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัยทางธุรกิจ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถิติ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการวิจัย สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าสัดส่วน ร้อยละและอัตราส่วน การวัดค่ากลาง การวัดการกระจาย การวัดความสัมพันธ์ สถิติอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย การเสนอโครงการวิจัย

**3521103 หลักการบัญชี 3(2-2)**

**Principles of Accounting**

ความหมายและประเภทของการบัญชี ประโยชน์และความสำคัญของการบัญชีที่มีต่อสังคม แม่บทการบัญชี หลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติทางการบัญชีเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สินและ  
ส่วนของเจ้าของ การบันทึกและการจัดทำรายงานการเงินของกิจการซื้อขายสินค้า กิจการผลิตและขายสินค้า

**3522204 การภาษีอากร 1 3(3-0)**

**Taxation 1**

หลักเกณฑ์ วิธีการประเมินและการจัดเก็บภาษีอากรต่าง ๆ ตามประมวลรัษฎากร และภาษีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม  
ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพาสามิต อากรแสตมป์ และอื่น ๆ

**3524301 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0)**

**Managerial Accounting**

**วิชาบังคับก่อน : 3521103 หลักการบัญชี และ 3531101 การเงินธุรกิจ**

การใช้ข้อมูลทางการบัญชีต้นทุนในการตัดสินใจ และวางแผน ควบคุมการดำเนินงานกิจการภายใต้สภาวการณ์ที่แน่นอนและไม่แน่นอน แนวคิด ความหมาย และการจำแนกประเภทของต้นทุน การวิเคราะห์พฤติกรรมต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร ระบบต้นทุนรวม และต้นทุนผันแปร การจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนและการควบคุม การบัญชีตามความรับผิดชอบ การบริหารต้นทุนฐานกิจกรรม และการประเมินผลการดำเนินงาน

**3531101 การเงินธุรกิจ 3(3-0)**

**Business Finance**

**วิชาบังคับก่อน : 3521101 การบัญชี 1 หรือ 3521103 หลักการบัญชี**

**หรือ 3522103 การบัญชีชั้นต้น 1**

ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายการเงินในธุรกิจ เป้าหมายและความสำคัญของการเงินธุรกิจ ตลาดการเงินและตลาดทุน โดยเน้นให้เข้าใจถึงหลักการเบื้องต้นในการจัดสรรเงินทุนภายในธุรกิจ การจัดหาเงินทุนมาเพื่อใช้ในการดำเนินการของธุรกิจ การวางแผนการเงิน  
ที่เกี่ยวกับการเริ่มลงทุนกิจการ การขยายกิจการ การเพิ่มทุน นโยบายการจัดสรรกำไรและเงินปันผล

**3541101 หลักการตลาด 3(3-0)**

**Principles of Marketing**

ความหมายและความสำคัญของการตลาด แนวคิดหรือปรัชญาทางการตลาด  
ระบบการตลาดและตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ประเภทของตลาด การวิเคราะห์โอกาส  
ทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด ส่วนประสมทางการตลาด การวางแผนการตลาด การตลาด  
เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม จริยธรรมทางการตลาด รวมทั้งประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง  
มาเป็นแนวในการดำเนินการด้านการตลาด

**3561101 องค์การและการจัดการ 3(3-0)**

**Organization and Management**

แนวคิดพื้นฐาน ลักษณะโครงสร้างขององค์การ หลักการจัดการ หน้าที่ในการจัดการ กระบวนการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การชี้นำ และการควบคุมการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ สภาวะแวดล้อมทางการจัดการจริยธรรมในการจัดการ การจัดการนวัตกรรมและการจัดการความเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการนำ  
หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการองค์การ

**3561104 ยุทธศาสตร์การจัดการ 3(3-0)**

**Managerial Strategies**

ขอบข่ายและพัฒนาการจัดการ บทบาทหน้าที่ของการจัดการ การกำหนดภารกิจและ  
การตั้งเป้าหมายของธุรกิจ องค์ประกอบของการวางแผนทางยุทธศาสตร์ หลักการพื้นฐานในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม กระบวนการในการกำหนดยุทธศาสตร์ การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ  
การควบคุมและประเมินผลยุทธศาสตร์ โดยมีการนำแนวคิดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง  
มาใช้ประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์และการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ

**3561105 การเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0)**

**Entrepreneurship**

คุณสมบัติของผู้ประกอบการและกระบวนการพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ดี  
หลักทฤษฎีและปฏิบัติการบริหารจัดการธุรกิจของตน ความคิดสร้างสรรค์ เริ่มจากธุรกิจขนาดย่อมขนาดกลาง และขนาดใหญ่ การจัดทำแผนธุรกิจ การจัดตั้งธุรกิจ การบริหารจัดการการผลิตและ  
การปฏิบัติการ การตลาด การประชาสัมพันธ์ การลงทุน การว่าจ้างและการเหมาช่วงการผลิต นโยบายสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการประกอบการ กฎหมายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง  
การบริหารจัดการนวัตกรรมและจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งการนำแนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการประกอบการ

**3562307 การบริหารการผลิต 3(3-0)**

**Production Management**

ลักษณะและความสำคัญของการผลิต ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจผลิตซึ่งรวมถึง  
ระบบการผลิต การจัดองค์การเพื่อการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนกำลังการผลิต การวาง  
ผังโรงงานและการจัดตารางการผลิต การจัดซื้อและการควบคุมสินค้าคงคลัง ระบบการจัดการ  
โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสีเขียว การบริหารโครงการ การควบคุมคุณภาพและปริมาณ และระบบการบำรุงรักษา โดยมีการนำแนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประกอบการบริหารการผลิต

**3562402 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0)**

**Human Resource Management**

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ขอบเขตหน้าที่ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาบุคคลและการฝึกอบรม การบริหารผลงาน การบริหารค่าตอบแทน การจัดการทุนมนุษย์ การจัดการแรงงานและความปลอดภัยในการทำงาน ระบบสารสนเทศ  
การจัดการทรัพยากรมนุษย์

**3563117 กฎหมายธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ 3(3-0)**

**Business Laws for Entrepreneur**

หลักกฎหมายเบื้องต้นในการประกอบธุรกิจ ความหมาย ที่มา และประเภทของกฎหมาย กระบวนการยุติธรรม ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรม สัญญา หนี้ ตั๋วเงิน และเอกเทศสัญญาเกี่ยวกับสัญญาซื้อขาย แลกเปลี่ยน เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กฎหมายการบัญชี และพระราชบัญญัติการบัญชี กฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุน กฎหมายเกี่ยวกับ  
การฟื้นฟูกิจการ ประมวลรัษฎากรว่าด้วยนิติบุคคล และการเสียภาษีทางธุรกิจ การระงับข้อพิพาท  
โดยศาล และอนุญาโตตุลาการนอกศาล ความรับผิดชอบทางกฎหมายของธุรกิจในด้านต่าง ๆ  
โดยคำนึงถึงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

**3592110 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(3-0)**

**Principles of Economics**

สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมในชีวิตประจำวันเพื่อประกอบธุรกิจ การจัดหาและ  
ใช้ทรัพยากรการบริโภค การผลิต ตลาด สถาบันการเงิน การภาษีอากร การค้า การลงทุน ปัญหาเศรษฐกิจและแนวทางการแก้ไขปัญหา รวมทั้งแนวทางในการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการนำไปใช้ในชีวิตเศรษฐกิจประจำวัน

**3593301 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(3-0)**

**Quantitative Analysis**

กระบวนการตัดสินใจ และประโยชน์ของการใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์เชิงปริมาณ  
เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ได้แก่ ความน่าจะเป็น แผนภูมิเพื่อการตัดสินใจ (Decision Trees) ตัวแบบเชิงสินค้าคงเหลือ (Inventory Model) โปรแกรมเชิงเส้นตรง (Linear Programming) เทคนิคการประเมินผลและการตรวจสอบโครงการ (PERT/CPM) ตัวแบบของมาร์กอฟ (Markov Model) ทฤษฎีเกม (Game Theory) แถวรอคอย (Queing) และการจำลองเหตุการณ์ (Simulation)

**2.3) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน 36 หน่วยกิต**

**2.3.1) บังคับ 24 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป)**

**3541302 การจัดการค้าส่งและค้าปลีก 3(3-0)**

**Wholesale and Retail Management**

ความสำคัญและบทบาทของการค้าส่งและการค้าปลีก ทำเลที่ตั้ง ร้านค้า การจัดแสดงสินค้า ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและสมาชิกช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนประสมทางการตลาด  
ที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนการดำเนินงานและการนำไปประยุกต์ใช้

**3542105 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0)**

**Consumer Behavior**

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอก  
ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตลอดจนการนำผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้จากการศึกษา แนวคิดทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ทางการตลาด ให้เหมาะสมกับสภาพ  
ทางการตลาดในปัจจุบัน

**3543101 การบริหารการตลาด 3(3-0)**

**Marketing Management**

ความสำคัญของการบริหารการตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด การจัดองค์การการตลาด การวิเคราะห์โอกาสของการตลาด โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค การวัดและการพยากรณ์ตลาด การแบ่งส่วนตลาด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จริยธรรมทางการตลาด

**3543103 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0)**

**Marketing Strategies**

แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ปัจจุบัน โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ  
เพื่อนำมากำหนดนโยบายและระดับกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม

**3544104 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0)**

**Consumer Relationship Management**

กลยุทธ์การรักษาลูกค้า การแสวงหาลูกค้าใหม่ กระบวนการและเทคโนโลยี  
เพื่อเพิ่มคุณค่าในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กรให้สามารถประยุกต์ใช้ได้กับ  
การตลาดเชิงความสัมพันธ์

**3544105 การตลาดโลก 3(3-0)**

**Global Marketing**

ภาพรวมของการจัดการตลาดโลก ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมและสถาบันสำคัญของตลาดโลกรวมทั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โครงสร้างและข้อมูลประชากร  
ของตลาดโลก วัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาด การตลาดสีเขียว โดยวิเคราะห์จากกรณีศึกษา

**3544901 สัมมนาทางการตลาด 3(2-2)**

**Seminar on Marketing**

ศึกษาสภาพและปัญหาทางการตลาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคตมาประยุกต์ใช้  
ในการวิเคราะห์สถานการณ์การแก้ปัญหาและการตัดสินใจในรูปแบบการสัมมนา

**3544902 การวิจัยตลาด 3(2-2)**

**Marketing Research**

หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบการวิจัย การกำหนดวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย  
การวิเคราะห์รวมถึงการแปลความหมายข้อมูล การเขียนรายงานและการนำเสนอผลการวิจัย

**2.3.2) เลือก 12 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป)**

**3541201 ระบบสารสนเทศการตลาด 3(3-0)**

**Marketing Information Systems**

ความหมาย แนวคิด บทบาทและหน้าที่ของการจัดระบบฐานข้อมูลสู่กระบวนการสารสนเทศทางการตลาด กระบวนการในการนำเสนอและพัฒนาข้อมูลทางการตลาด การใช้ระบบสารสนเทศทางการตลาดในการวางแผนตัดสินใจ และการสร้างโอกาสในการแข่งขันทางการตลาด

**3542109 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0)**

**Product and Price Management**

ความหมายของผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กระบวนการสร้างคุณค่าของตราสินค้า การสร้างการรับรู้ในตราสินค้า กระบวนการ  
พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความหมายของราคา หลักการตั้งราคา นโยบายการตั้งราคา ขั้นตอนในการ  
ตั้งราคา ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนดราคา เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดราคา ประเด็นปัญหา  
ในการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา แนวทางแก้ไขและจรรยาบรรณทางการตลาด

**3542302 การจัดการช่องทางการตลาด 3(3-0)**

**Marketing Channel Management**

การจัดการตลาดของผู้ผลิตในด้านการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การวิเคราะห์  
และควบคุมระบบต้นทุนของการกระจายสินค้า การเลือกช่องทางทางการตลาด การจัดองค์การ  
การวางแผนและควบคุมช่องทางการจัดจำหน่าย

**3542308 การจัดการและเทคนิคการขาย 3(3-0)**

**Sale Management and Techniques**

หน้าที่ของผู้บริหารงานขายในธุรกิจต่าง ๆ การบริหารพนักงานขาย การวางแผนการขาย การสรรหาพนักงานขาย การคัดเลือกและพัฒนาพนักงานขาย การมอบหมายงานและเขตการขาย การกำหนดโควตาการขาย การจูงใจ การจ่ายค่าตอบแทน การควบคุมการประเมินผลงานของพนักงานและจรรยาบรรณของผู้บริหารงานขาย บทบาทและหน้าที่งานขายต่อความสำเร็จ  
ทางการตลาด ประเภทของงานขาย พฤติกรรมลูกค้า บุคลิกภาพของพนักงานขาย กระบวนการขาย การขายสินค้าอุตสาหกรรม การขายสินค้าอุปโภคบริโภค การขายสินค้าบริการ การบริหารเวลา จรรยาบรรณของพนักงานขาย

**3542403 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0)**

**Integrated Marketing Communication**

ความหมาย กระบวนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ประโยชน์ของการสื่อสารทางการตลาด ส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาด การกำหนดงบประมาณสำหรับกิจกรรม  
การส่งเสริมการตลาด การโฆษณาและการเลือกสื่อสำหรับการโฆษณา การส่งเสริมการขาย  
การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน การตลาดทางตรง รวมทั้งรูปแบบการสื่อสารอื่น ๆ   
การวัดประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกิจกรรม การส่งเสริมการตลาด จริยธรรมในการสื่อสารทางการตลาด

**3543104 การตลาดบริการ 3(3-0)**

**Service Marketing**

แนวคิดการตลาดบริการ ประเภทของตลาดบริการ ประเภทของผู้บริโภคในตลาดบริการ การวิเคราะห์และวางแผนโดยการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อการบริการ กระบวนการในการให้บริการ รวมถึงการจัดการลักษณะทางกายภาพโดยคำนึงถึงแนวโน้มของตลาดบริการในอนาคต

**3543106 การตลาดเพื่อสังคม 3(3-0)**

**Social Marketing**

แนวคิดหรือปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นภาพลักษณ์ขององค์กรและนำเอาปัญหา  
ของสังคมมาทำการตลาดรวมทั้งการตลาดสีเขียว ใช้กระบวนการจัดการทางการตลาดเพื่อเข้าใจสภาพและปัญหาของสังคม แนวโน้มของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและ  
สร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ

**3543108 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3(3-0)**

**Marketing for Entrepreneur**

ความหมาย ความสำคัญ รูปแบบและองค์ประกอบที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ การตลาดและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ศึกษาลักษณะของธุรกิจ ปัจจัย  
ด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการประกอบธุรกิจและปัญหาต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินการ  
ของผู้ประกอบการธุรกิจ ตลอดจนศึกษาถึงจรรยาบรรณของผู้ประกอบการการธุรกิจที่มีต่อชุมชนและต่อสังคมโดยรวม

**3543201 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ 3(3-0)**

**Product Standard**

ความหมาย วัตถุประสงค์ องค์ประกอบและชนิดของการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาตรฐานและกฎหมายพาณิชย์ผลประโยชน์ การศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานบางชนิด การมาตรฐานผสมผสาน การได้เปรียบเชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ คลังสินค้า ปัญหาที่เกิดขึ้น หน่วยงาน  
ที่เกี่ยวข้องและความรับผิดชอบ

**3543307 การจัดการจัดหา 3(3-0)**

**Procurement Management**

หลักการ บทบาท หน้าที่และจริยธรรมในการจัดหา การจัดการโซ่อุปทาน การกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดหา การจัดหาเชิงบูรณาการ โดยการสรรหาและการคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบตลอดจนสินค้าที่มีคุณภาพ การคำนวณหาปริมาณการจัดซื้อที่เหมาะสม การเจรจาต่อรอง  
การทำสัญญา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดหา ปัจจัยสำคัญที่ชดเชยต้นทุน การปรับปรุงระบบและกิจกรรมการจัดหาองค์กร การประเมินผู้ขาย การควบคุมผลการดำเนินงาน การจัดหาอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

**3544102 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0)**

**Quantitative Analysis for Marketing**

การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด การพยากรณ์ยอดขาย การจัดซื้อ เทคนิคการตั้งราคาและการจัดจำหน่าย เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด

**3544903 ปัญหาพิเศษทางการตลาด 3(2-2)**

**Special Problems in Marketing**

ศึกษากรณีตัวอย่างทางการตลาดของธุรกิจประเภทต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์แนวทาง  
การแก้ปัญหาและสามารถนำไปพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางการตลาด

**2.4) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 7 หน่วยกิต**

**รหัสวิชา ชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา น(ท-ป)**

**3503821 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 2(90)**

**Preparation for Professional Internship in Marketing**

การประยุกต์หลักการและทฤษฎีทางการตลาด การศึกษาแนวโน้มสภาพการเปลี่ยนแปลง  
ในธุรกิจทางการตลาดโดยการใช้กรณีศึกษา สถานการณ์จำลอง การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับ  
การใช้ภาษา การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยี การพัฒนาบุคลิกภาพและการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางการตลาด สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างจรรยาบรรณทางการตลาดเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

**3504819 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 5(450)**

**Professional Internship in Marketing**

จัดให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดในหน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรธุรกิจ ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์นิเทศก์ โดยนำความรู้ทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในสถานที่ที่นักศึกษาฝึกงาน จัดให้มีการปฐมนิเทศเกี่ยวกับรายละเอียดของการฝึกงานและจัดให้มีการปัจฉิมนิเทศเพื่ออภิปรายปัญหาการฝึกประสบการณ์  
ที่เกิดขึ้น และเสนอแนวทางแก้ปัญหาโดยจัดให้นักศึกษาทำโครงการพิเศษหรือปัญหาพิเศษ  
ทางการตลาด

**3) หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต**

เลือกจากรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยไม่ซ้ำซ้อนกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวม  
ในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้ ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ตามความถนัดและความสนใจ

**3.2 ชื่อ-สกุล เลขประจำตัวประชาชน ตำแหน่งทางวิชาการ และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์**

**3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร**

| **ลำดับ** | **ชื่อ-สกุล เลขประจำตัวประชาชน**  **ตำแหน่งทางวิชาการ**  **คุณวุฒิการศึกษา(สาขาวิชา)มหาวิทยาลัย/สถาบัน,**  **ปีที่สำเร็จการศึกษา** | **ผลงานทางวิชาการ, ผลงานวิจัย(สาขา) และประสบการณ์** | **รายวิชาที่รับผิดชอบ** | | **ภาระการสอน**  **(ชม./สัปดาห์/ภาคการศึกษา)**  **ปีการศึกษา** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **หลักสูตรนี้** | **หลักสูตรอื่น** | **2556** | **2557** | **2558** | **2559** | **2560** |
| 1 | น.ส.สุรางค์รัตน์ แสงศรี | **เอกสารประกอบการสอน** | 1.การตลาดโลก |  | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
|  | 3100600455665 | การตลาดระหว่างประเทศ, 2549. | 2.ปัญหาพิเศษ |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | **ตำรา** | ทางการตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ด.(การตลาด) | สัมมนาทางการตลาด, 2549. |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2553 | **ผลงานวิจัย** |  |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ม.(การบริหารการตลาด) | ความภักดีของลูกจ้างชั่วคราว |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2538 | ที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏ |  |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.บ.(การตลาด) | พระนคร, 2554. (วิจัยร่วม) |  |  |  |  |  |  |  |
|  | สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2535 | **ประสบการณ์** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | วิทยากรบรรยายให้กับหน่วยงาน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ราชการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 1.การอบรมโครงการต้นกล้าอาชีพ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ขนาดย่อม (สพว.) |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2.วิทยากรบรรยาย สำนักงานพัฒนา |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ชุมชน จังหวัดนนทบุรี |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 3.อาจารย์ตรวจเครื่องมืองานวิจัย |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2541-ปัจจุบัน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | นายสมบูรณ์ ขันธิโชติ | **เอกสารประกอบการสอน** | 1.การจัดการ |  | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
|  | 5100599011378 | หลักการตลาด, 2552. | และเทคนิค |  |  |  |  |  |  |
|  | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | **ตำรา** | การขาย |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ม.(การตลาด) | 1.การบริหารการขาย, 2552. | 2.สัมมนาทาง |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยเกริก, 2537 | 2.การบริหารการตลาด, 2552. | การตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | กศ.บ.(ธุรกิจศึกษา) | 3.หลักการตลาด, 2552. |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, | **ผลงานวิจัย** |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 2521 | ยุทธศาสตร์การตลาดสมุนไพรที่ไม่ใช่ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | อาหาร “OTOP”จังหวัดนนทบุรี, |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | กำลังดำเนินการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **ประสบการณ์** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้จัดการขาย |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ที่ปรึกษาบริษัทด้านการบริหาร |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | วิทยากรบรรยายหน่วยงานราชการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | เอกชน |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | น.ส.ชัชสรัญ รอดยิ้ม | **ประสบการณ์** | 1.หลักการตลาด |  | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
|  | 3130600044843 | 2537-2538 | 2.สัมมนาทาง |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | เจ้าหน้าที่บัญชี-การเงิน | การตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ด.(การตลาด) | บจก.ไมร่า คอมพิวเตอร์ | 3.การสื่อสาร |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2551 | อินเตอร์เนชั่นแนล | ทางการตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ม.(การจัดการธุรกิจ | 2538-2540 | แบบบูรณาการ |  |  |  |  |  |  |
|  | ระหว่างประเทศ) | หัวหน้าฝ่ายขาย |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2543 | บจก.ไตรสตาร์ เทรดดิ้ง |  |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.บ.(การบัญชี) | 2541-2548 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2536 | อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2548-2549 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้จัดการฝ่ายบัญชี |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บจก.ยูจีซี เอ็นจิเนียริ่ง |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | น.ส.สุวพัชร วุฒิเสน | **เอกสารประกอบการสอน** | 1.กลยุทธ์ |  | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
|  | 3419900017758 | หลักการตลาด | การตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | **ตำรา** | 2.พฤติกรรม |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ม.(การจัดการทั่วไป) | กลยุทธ์การตลาด | ผู้บริโภค |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, | **ประสบการณ์** |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 2542 | 2544-2545 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | กศ.บ.(ภาษาไทย) | อาจารย์โปรแกรมการจัดการทั่วไป |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยบูรพา, 2539 | คณะวิทยาการจัดการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2545-ปัจจุบัน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | อาจารย์โปรแกรมการตลาด |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | คณะวิทยาการจัดการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2552-ปัจจุบัน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | วิทยากรด้านการตลาด |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ให้กับหน่วยงานเอกชน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | นางจุฑาทิพย์ พหลภาคย์ | **เอกสารประกอบการสอน** | 1. การจัดการ |  | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
|  | 3809900367828 | ศิลปะการขาย, 2540 | และเทคนิค |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | การโฆษณาและส่งเสริมการขาย, | การขาย |  |  |  |  |  |  |
|  | ค.ด.(การอุดมศึกษา) | 2550 | 2. การบริหาร |  |  |  |  |  |  |
|  | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547 | การบริหารการตลาด, 2551 | การตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ม.(การบริหารการตลาด) | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา, 2551 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ,2535 | **ผลงานวิจัย** |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ค.บ.(การประถมศึกษา) | กลยุทธ์การพัฒนาวัฒนธรรมวิจัยของ |  |  |  |  |  |  |  |
|  | วิทยาลัยครูนครศรีธรรมราช, 2539 | อาจารย์ (ผู้ช่วยนักวิจัย), 2546 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ศศ.บ. (รัฐศาสตร์) | แนวทางการกำหนดกลยุทธ์การตลาด |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2527 | ผลิตภัณฑ์ปุ๋ยชีวภาพแบบมีส่วนร่วม : |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | กรณีศึกษากลุ่มชุมชนปุ๋ยหมักชีวภาพ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | อำเภอหัวไทร, 2550 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | การพัฒนารูปแบบการสอนแบบเกม |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ในการจัดการเรียนการสอนสายวิชา |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | การตลาด (ศึกษาเฉพาะกรณีศึกษา |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | กลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้) ผู้วิจัยร่วม, |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2551 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | การวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อจัดตั้ง |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | กลุ่มอาชีพผลิตเห็ดโคนญี่ปุ่น |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ตามกระบวนการวิสาหกิจชุมชน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ในตำบลกำเนิดนพคุณและตำบล |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ขามทะเลสอ ผู้วิจัยร่วม, 2553 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **ประสบการณ์** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2538-2539 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | เลขานุการสำนักทะเบียนและ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | นครศรีธรรมราช |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2540-2542 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2542-2543 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | รองคณบดีฝ่ายบริหาร |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | คณะวิทยาการจัดการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**3.2.2 อาจารย์ประจำ**

| **ลำดับ** | **ชื่อ-สกุล เลขประจำตัวประชาชน**  **ตำแหน่งทางวิชาการ**  **คุณวุฒิการศึกษา(สาขาวิชา)มหาวิทยาลัย/สถาบัน,**  **ปีที่สำเร็จการศึกษา** | **ผลงานทางวิชาการ, ผลงานวิจัย (สาขา) และประสบการณ์** | **รายวิชาที่รับผิดชอบ** | | **ภาระการสอน**  **(ชม./สัปดาห์/ภาคการศึกษา)**  **ปีการศึกษา** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **หลักสูตรนี้** | **หลักสูตรอื่น** | **2556** | **2557** | **2558** | **2559** | **2560** |
| 1 | นายกฤชนนท์ บึงไกร | **เอกสารประกอบการสอน** | 1.หลักการตลาด | สัมมนาการวิจัย | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
|  | 3349800158938 | นโยบาลผลิตภัณฑ์และราคา, 2548 | 2.กลยุทธ์ | การตลาด |  |  |  |  |  |
|  | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | การโฆษณาและส่งเสริมการขาย, | การตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | ปร.ด.(การบริหารธุรกิจ) | 2552 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550 | การบริหารการขาย, 2552 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ม.(การตลาด) | **ตำรา** |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยเกริก, 2540 | การบริหารการตลาด, 2549 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | M.A.(Education Management) | การตลาดบริการ, 2549 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | University of Northern | หลักการตลาด, 2552 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Philippines, 1987 | **งานวิจัย** |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ค.บ.(สังคมศึกษา) | Market orientation and its |  |  |  |  |  |  |  |
|  | วิทยาลัยครูธนบุรี, 2525 | impact on business |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | performance |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **ประสบการณ์** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ประธานคณะกรรมการพัฒนา |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | หลักสูตรปริญญาเอก |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | สาขาวิชาบริหารธุรกิจ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ประธานคณะกรรมการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | หลักสูตร M.B.A. |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ฝ่ายบริหาร |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ฝ่ายกิจการนักศึกษา |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | หัวหน้าภาควิชาการตลาด |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | หัวหน้าฝ่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพ |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | นายวรวิทย์ ประสิทธิ์ผล | **ประสบการณ์** | 1.สัมมนาทาง | 1.การจัดการ | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
|  | 3100503240722 | 2552-ปัจจุบัน | การตลาด | เชิงกลยุทธ์และ |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจ | 2.การตลาดโลก | นโยบายธุรกิจ |  |  |  |  |  |
|  | D.B.A.(International | มหาบัณฑิต |  | 2.การจัดการ |  |  |  |  |  |
|  | Marketing) | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/ |  | ลูกค้าสัมพันธ์ |  |  |  |  |  |
|  | Alliant International | การค้นคว้าอิสระระดับปริญญาโท |  | 3.สัมมนา |  |  |  |  |  |
|  | University, U.S.A., 2002 | และปริญญาเอก |  | การตลาด |  |  |  |  |  |
|  | M.B.A.(Finance and | อาจารย์ตรวจเครื่องมืองานวิจัย |  | 4.การจัดการ |  |  |  |  |  |
|  | Management Information | นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา |  | โลจิสติกส์และ |  |  |  |  |  |
|  | System), National University, | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |  | โซ่อุปทาน |  |  |  |  |  |
|  | U.S.A., 1998 | มหาวิทยาลัยศิลปากร |  |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.บ. (การเงินการธนาคาร) |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 2536 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | น.ส.สุภาภรณ์ พรหมฤาษี |  | 1.การจัดการ |  | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
|  | 3100201677192 |  | ค้าส่งและ |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ |  | ค้าปลีก |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ด.(การตลาด) |  | 2.หลักการตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2552 |  | 3.ปัญหาพิเศษ |  |  |  |  |  |  |
|  | นศ.ม. (สื่อสารการตลาด) |  | ทางการตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, 2546 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2543 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | นางรัชฎาพร บุญเรือง | **เอกสารประกอบการสอน** | 1.การตลาด |  | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
|  | 3250800086247 | วิจัยธุรกิจ | บริการ |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | **ผลงานวิจัย** | 2.หลักการตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ด.(การตลาด) | 1.กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด | 3.การวิจัยตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2552 | เชิงบูรณาการของกลุ่มเครื่องมือแพทย์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ม.(การจัดการ) | ในประเทศไทย |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยปทุมธานี, 2550 | 2.ทัศนคติต่อสิ่งเร้าทางการตลาดที่มีผล |  |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.บ.(การจัดการทั่วไป) | ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ : |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2531 | กรณีศึกษาเข็มให้สารน้ำ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ทางหลอดเลือดดำชนิดป้องกัน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | การสัมผัสเลือดของโรงพยาบาล |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ในเขตกรุงเทพมหานคร |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **ประสบการณ์** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2527 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้แทนขาย บจก.แอตแลนติก |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2528 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บจก.แอสต้า |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2531 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | หัวหน้าพนักงานขาย |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บจก.เวลล์เคมฟาร์มาซูติคอล |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2535 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้จัดการฝ่ายขาย |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บจก.เวลล์เคมฟาร์มาซูติคอล |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2537 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้แทนขาย บจก.บี.บราวน์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | (ประเทศไทย) |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2544 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | หัวหน้าพนักงานขาย บจก.บี.บราวน์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | (ประเทศไทย) |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2545 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ บจก.บี.บราวน์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | (ประเทศไทย) |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2551 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ตัวแทนจำหน่ายเวชภัณฑ์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ทางการแพทย์ |  |  |  |  |  |  |  |

**3.2.3 อาจารย์พิเศษ**

| **ลำดับ** | **ชื่อ-สกุล เลขประจำตัวประชาชน**  **ตำแหน่งทางวิชาการ**  **คุณวุฒิการศึกษา (สาขาวิชา) มหาวิทยาลัย/สถาบัน,**  **ปีที่สำเร็จการศึกษา** | **ผลงานทางวิชาการ, ผลงานวิจัย (สาขา) และประสบการณ์** | **รายวิชาที่รับผิดชอบ** | | **ภาระการสอน**  **(ชม./สัปดาห์/ภาคการศึกษา)**  **ปีการศึกษา** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **หลักสูตรนี้** | **หลักสูตรอื่น** | **2556** | **2557** | **2558** | **2559** | **2560** |
| 1 | นายกฤษฎา เยาวรัตน์ | **ประสบการณ์** | ปัญหาพิเศษ |  | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
|  | 3540100294243 | 2535-2537 | ทางการตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | เจ้าหน้าที่อำนวยสินเชื่อ |  |  |  |  |  |  |  |
|  | MMM(การตลาด) | ฝ่ายสินเชื่อโครงการ ธนาคารศรีนคร |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545 | 2537-2542 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | วท.บ.(เศรษฐศาสตร์การเกษตร) | หัวหน้าแผนกวิเคราะห์สินเชื่อ |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2535 | บมจ.เงินทุนหลักทรัพย์ จี เอฟ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2542-2543 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายสินเชื่อ 3 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บมจ.เงินทุนเกียรตินาคิน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2543 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้จัดการให้คำปรึกษา |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงิน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | สำหรับรัฐวิสาหกิจขนาดกลาง |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ขนาดย่อมและประชาชน (ศงป.) |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2544-2546 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้จัดการสินเชื่ออสังหาริมทรัพย์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บมจ.เงินทุนเกียรตินาคิน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2547 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | รองกรรมการผู้จัดการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บจก.ศุภนิมิตร พร็อพเพอร์ตี้ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2548-2549 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้จัดการกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บจก.หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | พรีมาเวสท์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2550 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ใหม่ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ฝ่ายวางแผนและยุทธศาสตร์องค์กร |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรม |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ขนาดกลางและขนาดย่อม (บสย.) |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2551-ปัจจุบัน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้บริหารทางด้านการเงินและ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | การลงทุน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | บจก.โรงแรมภูเขางาม รีสอร์ท |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | นายกฤตา เดชาพุทธรังษี | **ประสบการณ์** | 1.หลักการตลาด |  | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
|  | 3401800644098 | 2530-ปัจจุบัน | 2.สัมมนา |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | ผู้บริหารงานทั่วไปอาวุโส | ทางการตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | M.B.A.(General Management) | ฝ่ายกิจการสังคม/ฝ่ายสนับสนุน |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Manuel L. Quezon University, | สำนักงานทรัพย์สิน |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1980 | ส่วนพระมหากษัตริย์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  | B.B.A.(Marketing) |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | The university of Manila, 1978 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | นายพุฒิสัณฐ์ ณ ลำปาง | **ประสบการณ์** | 1.การตลาดโลก |  | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
|  | 3570500028931 | 2531-2532 | 2.กลยุทธ์ |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | พนักงานต่างประเทศ | การตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | M.M.(การบริหารการทั่วไป) | ธนาคารนครหลวงไทย | 3.การจัดการ |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยมหิดล,2548 | 2532-ปัจจุบัน | ลูกค้าสัมพันธ์ |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.บ.(การเงินการธนาคาร) | หัวหน้าสายศูนย์ต่างประเทศ |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยรามคำแหง,2531 | ธนาคารกรุงไทย |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | นายสมเกียรติ เพ็ชรหวั่น | **ประสบการณ์** | สัมมนาทาง |  | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
|  | 3101700383659 | 2523-2526 | การตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | พนักงานการเงินและบัญชี |  |  |  |  |  |  |  |
|  | กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา) | สำนักงานคณะกรรมการ |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, | ข้าราชการพลเรือน |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 2544 | 2527-2532 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | กศ.บ.(ธุรกิจศึกษา-การตลาด) | ผู้ช่วยผู้จัดการสาขาพิมาย |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, | นครราชสีมา ธนาคารทหารไทย |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 2523 | 2533-2535 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้ช่วยผู้จัดการสาขากาฬสินธ์ |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ธนาคารทหารไทย |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2536-2537 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | รองผู้จัดการสาขาจันทบุรี |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ธนาคารทหารไทย |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2538-2540 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | รองผู้จัดการสาขาตราด |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ธนาคารทหารไทย |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2541-2550 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ผู้ทรงคุณวุฒิ สำนักงานเทศบาล |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | เมืองศรีราชา |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2541-2550 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | หัวหน้าหมวดการตลาด |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | โรงเรียนเทคโนโลยีศรีราชา |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2551-ปัจจุบัน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | สมาชิกสภาเทศบาลเมืองศรีราชา |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | นายเจริญ คงอ่ำ | **ประสบการณ์** | 1.การจัดการ |  | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
|  | 3101700441691 | 2523-2529 | ค้าส่งและค้าปลีก |  |  |  |  |  |  |
|  | อาจารย์ | อาจารย์ 1 ระดับ 3 | 2.การวิจัยตลาด |  |  |  |  |  |  |
|  | บธ.ม.(การตลาด) | วิทยาลัยอาชีวศึกษา สุพรรณบุรี |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต,2547 | 2529-2533 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ศศ.บ.(บริหารธุรกิจ-การตลาด) | อาจารย์ 2 ระดับ 7 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2521 | วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2535-ปัจจุบัน |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ครู คศ.2 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | วิทยาลัยพณิชยการอินทราชัย |  |  |  |  |  |  |  |

**4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน)**

**4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม**

4.1.1 ได้รับประสบการณ์ทางการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ โดยนำทฤษฎีและหลักการไปประยุกต์ในการปฏิบัติงานจริง

4.1.2 มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ รวมทั้งมีระเบียบวินัย  
ตรงเวลา และเข้าใจวัฒนธรรมขององค์การ

**4.2 ช่วงเวลา**

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 4

**4.3 การจัดเวลาและตารางสอน**

จัดเต็มเวลาในหนึ่งภาคการศึกษา

**หมวดที่ 4**

**ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล**

**1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา**

| **คุณลักษณะพิเศษ** | **กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา** |
| --- | --- |
| 1. ด้านบุคลิกภาพ | 1. มีการสอนแทรกเรื่องการแต่งกาย มารยาท  ในการเข้าสังคม ทักษะในการประสานงาน  และการสื่อสารกับผู้อื่น  2. จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษา เรียนรู้ที่จะสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่น  3. มีการจัดรายวิชาการเตรียมฝึกประสบการณ์ วิชาชีพเพื่อให้นักศึกษาได้เตรียมความพร้อม  ด้านบุคลิกภาพให้เหมาะสมก่อนเข้าสู่  สถานประกอบการ |
| 2. ด้านภาวะผู้นำ และความรับผิดชอบ  ตลอดจนการมีวินัยในตนเอง | 1. กำหนดให้มีรายวิชาซึ่งนักศึกษาต้องทำงาน  เป็นกลุ่ม มีหัวหน้ากลุ่มและกำหนดให้ทุกคน  มีส่วนร่วมในการทำงานเพื่อฝึกให้นักศึกษา สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น มีความรับผิดชอบ งานของตนเองและของกลุ่มได้ และเพื่อเป็น การฝึกให้นักศึกษาสร้างภาวะผู้นำและเรียนรู้ การเป็นสมาชิกกลุ่มที่ดี  2. เสริมสร้างให้นักศึกษามีวินัยในตนเอง เช่น  มีกติกาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับ มอบหมายตรงเวลาอย่างสม่ำเสมอ  3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน โดยการ  เปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น  และตั้งคำถาม |
| 3. ด้านทักษะในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง | 1. มีการจัดการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง โดยผู้สอน แนะนำเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล วิธีการสืบค้น ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ  2. มีการจัดกิจกรรมที่ให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูล ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ให้ฝึก การเข้าใช้งานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และ ติดตามเทคโนโลยีที่ทันสมัยอยู่เสมอ |
|  |  |
| 4. ด้านจิตสำนึกสาธารณะ | 1. มีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ส่งเสริม  การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมไทยโดยให้ นักศึกษาเข้าไปมีส่วนร่วมกับชุมชน  2. การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรให้นักศึกษา เสนอโครงการที่ทำประโยชน์ให้กับบุคคลอื่น เพื่อสร้างจิตสำนึกและปลูกฝังคุณธรรม  แก่นักศึกษา ให้รู้จักเสียสละ แบ่งปันซึ่งกัน และกัน ไปจนถึงการร่วมช่วยกันแก้ไข ปัญหาสังคม |
| 5. ด้านคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณ ในวิชาชีพ | 1. มีการจัดกิจกรรมอบรมคุณธรรมจริยธรรม ให้แก่นักศึกษาเพื่อให้ตระหนักถึงการมี คุณธรรมจริยธรรมต่อชุมชนและสังคม  2. มีการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรม ส่งเสริมการเรียนรู้ในวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ และกฎหมายธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าใจถึงการปฏิบัติตาม กฎหมายและเป็นการปลูกฝังจริยธรรม  ที่มีความสำคัญต่อการทำงาน  3. มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้ นักศึกษาได้ร่วมกันวิเคราะห์ถึงผลกระทบ  ของการขาดจรรยาบรรณในวิชาชีพจาก สถานการณ์ในปัจจุบันและร่วมกันหา แนวทางป้องกันแก้ไขปัญหา |

**2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน**

**2.1 คุณธรรม จริยธรรม**

**2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม**

นักศึกษาต้องมีคุณธรรมจริยธรรมที่สามารถดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นและ  
สร้างคุณประโยชน์ให้แก่สังคมได้ โดยมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในทุก ๆ ระดับ ในการจัด  
การเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนจะต้องมีการสอดแทรกหรือจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรมดังต่อไปนี้

1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละและรับผิดชอบต่อตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม

2) ยึดหลักตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิด  
ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

3) มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆขององค์กรและสังคม

4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

5) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและสามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

**2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรมและจริยธรรม**

เพื่อให้การเรียนการสอนสามารถพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในทุก ๆ ระดับ ในการจัดการเรียนการสอนอาจารย์ผู้สอนมีการปลูกฝัง  
ให้นักศึกษามีระเบียบวินัยโดยเน้นความตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการแต่งกายที่ถูกต้อง  
ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยอธิบายและยกตัวอย่าง  
ที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับการตลาดสอดแทรกในเนื้อหาของบทเรียน นอกจากนี้นักศึกษาจะต้องเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง มีความซื่อสัตย์ไม่กระทำ  
การทุจริตในการสอบหรือลอกงานของผู้อื่น ทั้งนี้อาจารย์ผู้สอนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมถึงการจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม เช่น  
การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี เสียสละและทำประโยชน์แก่ส่วนรวม การถ่ายทอดประสบการณ์ด้านการมีคุณธรรมจริยธรรมจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

**2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรมและจริยธรรม**

1) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมความตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การร่วมกิจกรรมการส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และความพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร

2) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

3) การประเมินตนเองของนักศึกษาและการประเมินโดยเพื่อน

4) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ

**2.2 ความรู้**

**2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้**

1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเรียนด้านบริหารธุรกิจ ทั้งทางด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์

2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ การเงิน การบัญชี เศรษฐศาสตร์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การผลิต และกฎหมายทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นทางด้านการตลาด

3) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ  
ในด้านการวางแผน การจัดโครงสร้างองค์การ การปฏิบัติการ การควบคุม และการประเมินผล  
การดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ

4) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจรวมทั้งมีความเข้าใจอย่างเท่าทันในผลกระทบของสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของประเทศและ  
สังคมโลก

**2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้**

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีการวางแผนและออกแบบการจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง กำหนดกิจกรรมในการเรียนรู้ กำหนดวิธีการวัดและการประเมินผล ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชาตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้น ๆ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ การใช้กรณีศึกษา การทำโครงงานและการนำเสนอ การอภิปรายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น นอกจากนี้  
ยังจัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงด้วยการให้นักศึกษาได้ศึกษาดูงานในสถานประกอบการ  
ต่าง ๆ และเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์มาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษเฉพาะเรื่อง ตลอดจน  
จัดให้มีการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

**2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้**

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

1) การทดสอบย่อย

2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

3) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น  
ที่เป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ต่อยอดจากความรู้เดิม การบูรณาการความรู้ในสาขาและศาสตร์อื่น ๆ  
ที่เกี่ยวข้อง

4) ประเมินจากการรายงานและโครงงานที่นักศึกษาจัดทำ

5) ประเมินจากการนำเสนอรายงาน

**2.3 ทักษะทางปัญญา**

**2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา**

1) สามารถสืบค้น ตีความ จำแนกและประเมินข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้งานตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

2) สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์สามารถบูรณาการความรู้และประสบการณ์จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษา เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจ  
และสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างเหมาะสม

3) สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความกล้าในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์  
ทางธุรกิจ ที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

4) สามารถประยุกต์ความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงาน ตลอดจนแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสถานการณ์

5) สามารถวิเคราะห์ วิจารณ์ผลงานทางวิชาการ และสถานการณ์ทางวิชาชีพ  
ได้อย่างสมเหตุสมผล

**2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา**

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยเน้นให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูล  
ที่หลากหลาย ให้มีการฝึกทักษะกระบวนการในการหาความรู้และทำความเข้าใจในสภาพแวดล้อม  
ทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการตลาด และให้วิเคราะห์เชื่อมโยงความเกี่ยวข้องระหว่างแนวคิดทฤษฎีและสถานการณ์ทางธุรกิจ และให้สามารถตัดสินใจแก้ปัญหาการบริหารการตลาดได้รอบด้าน  
อย่างสร้างสรรค์ ผ่านกิจกรรมการเรียนการสอน ได้แก่ การแก้ปัญหาโดยใช้กรณีศึกษา การใช้เกมจำลอง การฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง การอภิปรายกลุ่ม ตลอดจนการฝึกปฏิบัติงาน  
ในสถานประกอบการ

**2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา**

ประเมินจากผลงานและการปฏิบัติงานของนักศึกษา ได้แก่

1) กำหนดข้อสอบที่ให้นักศึกษาอธิบายกระบวนการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้เรียนมาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่กำหนด และพิจารณาวิธีการคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ การวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน

2) การประเมินผลงานตามสภาพจริง เช่น ประเมินจากการนำเสนอรายงาน  
ในชั้นเรียน การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ เป็นต้น

**2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

**2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วนักศึกษาจะต้องนำความรู้ไปประกอบอาชีพที่ต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ทั้งจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติงานร่วมกันในฐานะผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ความสามารถในการปรับตัวร่วมกับผู้อื่น  
จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นอาจารย์จึงต้องสอดแทรกวิธีการที่ให้นักศึกษา  
ได้มีโอกาสพัฒนาการเรียนรู้ของตนให้เป็นผู้มีคุณสมบัติต่าง ๆ ดังนี้

1) มีความรับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่ในงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม

2) สามารถปรับตัวและทำงานเป็นกลุ่ม รวมทั้งแสดงภาวะผู้นำผู้ตาม  
ได้อย่างเหมาะสมและสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

3) สามารถประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น

4) สามารถวางแผนและรับผิดชอบการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

5) สามารถแสดงความคิดริเริ่มและความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาของกลุ่ม

**2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อให้นักศึกษา  
ได้เรียนรู้วิธีการทำงานและการประสานงานกับผู้อื่น หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์  
บุคคลอื่นหรือผู้มีประสบการณ์ โดยมุ่งให้สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี แสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงาน  
และบุคคลทั่วไป สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ และวัฒนธรรมองค์การที่ไปฝึกปฏิบัติงาน  
ได้เป็นอย่างดี

**2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

1) ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการทำกิจกรรมกลุ่ม

2) ประเมินจากพฤติกรรมการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

3) ประเมินจากการประเมินตนเองของนักศึกษาและการประเมินโดยเพื่อน

4) ประเมินตามสภาพจริง เช่น จากการประเมินการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

**2.5 ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

**2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ มาใช้  
ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจและชีวิตประจำวัน

2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจ  
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) สามารถสื่อสารข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น ทั้งในรูปแบบการพูด การเขียน  
เพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มบุคคล

4) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการทำงานวิชาการตลาด  
ได้เป็นอย่างดี

**2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ให้นักศึกษาได้ฝึกทักษะการสืบค้นข้อมูล  
โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือประกอบการวิเคราะห์และตัดสินใจในการฝึกวิเคราะห์สถานการณ์จำลองและนำเสนองานหน้าชั้นเรียน โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม  
เพื่อฝึกทักษะการพูด เสริมสร้างความมั่นใจในตัวเองและเรียนรู้การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีการวิเคราะห์ วิจารณ์ผลงานในเชิงวิชาการระหว่างอาจารย์ผู้สอนและกลุ่มนักศึกษา

**2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

1) ประเมินจากการสังเคราะห์การสืบค้นข้อมูลสารสนเทศที่หลากหลาย

2) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอรายงาน การเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศหรือคณิตศาสตร์ สถิติที่เกี่ยวข้องด้านการตลาด

3) ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย และการวิเคราะห์ วิจารณ์ผลงานในเชิงวิชาการระหว่างอาจารย์ผู้สอนและกลุ่มนักศึกษา

**3. ผังแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

ผลการเรียนรู้ในผังแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ มีความหมายดังนี้

**3.1 ผลการเรียนรู้สำหรับหมวดวิชาศึกษาทั่วไป**

**3.1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม**

(1) มีจิตสำนึก ตระหนักถึงคุณค่าของตนเอง ครอบครัว สังคม ประเทศชาติ เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต

(2) มีวินัยและความรับผิดชอบต่อตนเอง ครอบครัว ประเทศชาติและสังคมโลก

(3) เคารพกฎเกณฑ์ กติกา และข้อบังคับขององค์กรและสังคมโดยคำนึงถึงความเป็นส่วนรวม

(4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ประพฤติตนและปฏิบัติหน้าที่  
ของการเป็นพลเมืองที่ดี

(5) มีสัมมาคารวะ รู้จักกาลเทศะ มีจิตบริการ และจิตสาธารณะ

**3.1.2 ด้านความรู้**

(1) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อความหมายที่ดี

(2) มีความรู้ความเข้าใจธรรมชาติของตนเอง ผู้อื่นและสังคม

(3) มีความรู้อย่างกว้างขวางทันสมัยและมีวิธีการในการแสวงหาความรู้  
อย่างเป็นระบบ

**3.1.3 ด้านทักษะทางปัญญา**

(1) สามารถค้นหาข้อเท็จจริง ทำความเข้าใจ ประเมินข้อมูลจากหลักฐานเพื่อนำข้อสรุปมาใช้บนฐานการคิดอย่างเป็นระบบ

(2) วิเคราะห์ปัญหาที่ซับซ้อน ตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลและปัญญา เสนอแนวทางแก้ไขที่สร้างสรรค์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

(3) มีทักษะในการบูรณาการความรู้และนำไปใช้ในการดำรงชีวิตอย่างมีความสุขเพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดี

**3.1.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

(1) มีความรับผิดชอบต่อตนเอง ครอบครัว สังคมและประเทศชาติ

(2) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถปรับตัวและทำงานกับผู้อื่นได้

(3) สร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นและสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลและสังคม

(4) เป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี สามารถวางแผนและรับผิดชอบในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง

(5) กล้าแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผลและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น

(6) มีน้ำใจให้ความร่วมมือและทำงานเป็นทีมได้

**3.1.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

(1) สามารถเลือกใช้เทคนิคและวิธีการเชิงตัวเลขในการเก็บรวบรวมข้อมูล  
การวิเคราะห์ การแปลความหมายและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

(2) สามารถใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการฟัง การพูด  
การอ่านและการเขียน

(3) มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อ  
สื่อสาร การสืบค้นข้อมูลและการนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) มีวิจารณญาณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

**3.2 ผลการเรียนรู้สำหรับหลักสูตรบริหารธุรกิจ**

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ กำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้ไว้  
5 ด้าน ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษา และคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์  
ของสาขาวิชาการตลาด ดังนี้

**3.2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม**

1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละ และรับผิดชอบต่อตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม

2) ยึดหลักตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิด  
ความพอประมาณ ความมีเหตุผลและการสร้างภูมิคุ้มกัน

3) มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆขององค์การและสังคม

4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

5) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและสามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

**3.2.2 ด้านความรู้**

1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเรียนด้านบริหารธุรกิจ ทั้งทางด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์

2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ การเงิน การบัญชี เศรษฐศาสตร์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การผลิต และกฎหมายทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นทางด้านการตลาด

3) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ  
ในด้านการวางแผน การจัดโครงสร้างองค์การ การปฏิบัติการ การควบคุม และการประเมินผล  
การดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ

4) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจอย่างเท่าทันในผลกระทบของสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของประเทศและ  
สังคมโลก

**3.2.3 ด้านทักษะทางปัญญา**

1) สามารถสืบค้น ตีความ จำแนกและประเมินข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้งานตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

2) สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์  
สามารถบูรณาการความรู้และประสบการณ์จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษา เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจ  
และสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างเหมาะสม

3) สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความกล้าในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์  
ทางธุรกิจ ที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

4) สามารถประยุกต์ความรู้และมีทักษะในการปฏิบัติงาน ตลอดจนแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสถานการณ์

5) สามารถวิเคราะห์ วิจารณ์ผลงานทางวิชาการ และสถานการณ์ทางวิชาชีพ  
ได้อย่างสมเหตุสมผล

**3.2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

1) มีความรับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่ในงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม

2) สามารถปรับตัวและทำงานเป็นกลุ่ม รวมทั้งแสดงภาวะผู้นำผู้ตาม  
ได้อย่างเหมาะสมและสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

3) สามารถประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น

4) สามารถวางแผนและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

5) สามารถแสดงความคิดริเริ่มและความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาของกลุ่ม

**3.2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ  
มาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจและชีวิตประจำวัน

2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) สามารถสื่อสารข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น ทั้งในรูปแบบการพูด การเขียนเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มบุคคล

4) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับการทำงานที่เกี่ยวข้อง  
กับวิชาการตลาดได้เป็นอย่างดี

**3.3 ความรับผิดชอบของรายวิชา**

ความรับผิดชอบในหลักสูตรที่มีต่อผลการเรียนรู้ 5 ด้าน แสดงในภาคผนวก 4

**หมวดที่ 5**

**หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา**

**1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)**

การวัดผลให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ว่าด้วยการจัดการศึกษา  
ระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) พ.ศ. 2548

**2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา**

**2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา**

การกำหนดระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาขณะยังไม่สำเร็จการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการประกันคุณภาพภายในของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งจะต้อง  
สร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับทุกฝ่ายทั่วทั้งสถาบัน และนำไปดำเนินการจนบรรลุผลสัมฤทธิ์  
โดยที่ผู้ประเมินภายนอกจะต้องสามารถทำการตรวจสอบได้

การทวนสอบในระดับหลักสูตรสามารถกระทำได้โดยการจัดให้มีระบบประกันคุณภาพภายในสถาบันอุดมศึกษา ดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้และรายงานผล สำหรับ  
การทวนสอบในระดับรายวิชาจะให้นักศึกษาเป็นผู้ประเมินการเรียนการสอน และแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับมาตรฐานการศึกษาพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตาม  
แผนการสอนที่ระบุไว้ในแต่ละรายวิชา รวมทั้งให้มีการประเมินข้อสอบ

**2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา**

กลวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลังจากสำเร็จการศึกษา  
จะเน้นการทำวิจัยหรือสำรวจสัมฤทธิผลของการประกอบอาชีพของบัณฑิตอย่างต่อเนื่องและนำผลของการวิจัยมาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนและหลักสูตร รวมทั้งประเมินคุณภาพของหลักสูตรและหน่วยงานโดยองค์การภายนอก โดยการวิจัยหรือการสำรวจจะดำเนินการดังนี้

2.2.1 ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่สำเร็จการศึกษา  
ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ระยะเวลาในการหางานทำ ความคิดเห็นที่มีต่อความรู้ความสามารถ  
ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบอาชีพ

2.2.2 การตรวจสอบจากผู้ประกอบการหรือผู้ใช้บัณฑิต โดยการสัมภาษณ์หรือ  
การส่งแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจบัณฑิตที่เข้าไปทำงานยังสถานประกอบการนั้น ๆในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ

2.2.3 การประเมินการทำงานในตำแหน่งหน้าที่และความก้าวหน้าในสายงานของบัณฑิต

2.2.4 การประเมินจากสถานศึกษาอื่น โดยการส่งแบบสอบถามหรือการถามเพื่อขอความคิดเห็นในระดับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ ความพร้อมของบัณฑิตที่จะสำเร็จการศึกษาและเข้าศึกษาต่อระดับสูงขึ้นในสถานศึกษานั้น ๆ

2.2.5 การประเมินจากศิษย์เก่าที่ประกอบอาชีพต่าง ๆ ในแง่ของความพร้อมและความรู้จากสาขาวิชาการตลาด รวมทั้งสาขาอื่น ๆ ที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับ  
การประกอบอาชีพของบัณฑิต ตลอดจนเปิดโอกาสให้ศิษย์เก่าได้เสนอข้อคิดเห็นในการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้น

2.2.6 ความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่ทำการประเมินหลักสูตรหรืออาจารย์พิเศษที่มีต่อความพร้อมของนักศึกษาในการเรียนและคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาองค์ความรู้ของนักศึกษา

2.2.7 ผลงานของนักศึกษาที่สามารถวัดเป็นรูปธรรมได้ เช่น จำนวนรางวัลทางสังคมและวิชาชีพ จำนวนกิจกรรมการกุศลเพื่อสังคมและประเทศชาติและจำนวนกิจกรรมอาสาสมัคร  
ในองค์กรที่ทำประโยชน์ต่อสังคม จำนวนนักศึกษาที่ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

**3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร**

**3.1 นักศึกษาที่มีสิทธิรับปริญญา ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนดังต่อไปนี้**

3.1.1 ศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครบถ้วนและผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดและระเบียบของมหาวิทยาลัย

3.1.2 มีคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตร ไม่ต่ำกว่า 2.00 จากระบบ 8 ระดับ

3.1.3 ใช้เวลาการศึกษาไม่เกิน 2 เท่าของระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรทั้งนี้ไม่นับระยะเวลาการลาพักการศึกษาตามความที่ระบุไว้ในข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏ  
พระนคร ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) พ.ศ.2548

3.1.4 ไม่มีพันธะด้านหนี้สินใด ๆ กับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

3.1.5 มีเกียรติและศักดิ์ศรีของนักศึกษา

**3.2 นักศึกษามีสิทธิ์แสดงความจำนงขอสำเร็จการศึกษา ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนดังนี้**

3.2.1 เป็นนักศึกษาภาคการศึกษาสุดท้ายที่ลงทะเบียนเรียนครบหลักสูตร

3.2.2 ผ่านกิจกรรมภาคบังคับ ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ให้นักศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ระบุไว้ในข้อ 3.2.1 และ 3.2.2 ยื่นคำร้อง  
แสดงความจำนงขอสำเร็จการศึกษาต่อส่วนทะเบียนและประเมินผล ภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด มิฉะนั้นอาจไม่ได้รับการพิจารณาเสนอชื่อต่อสภามหาวิทยาลัยเพื่ออนุมัติให้ปริญญาบัตร  
ในภาคการศึกษานั้น

**หมวดที่ 6**

**การพัฒนาคณาจารย์**

**1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่**

1.1 มีการปฐมนิเทศแนะแนวการเป็นครูแก่อาจารย์ใหม่ ให้มีความเข้าใจนโยบายของมหาวิทยาลัย คณะ หลักสูตรและรายวิชาที่สอน ตลอดจนบทบาทหน้าที่ของอาจารย์ กฎระเบียบ  
ต่าง ๆ รวมถึงสิทธิประโยชน์ของอาจารย์

1.2 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ โดยเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน  
การวัดและการประเมินผล เพื่อสร้างเสริมประสบการณ์การสอนและการทำวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสนับสนุนด้านการศึกษาต่อเพื่อให้มีวุฒิสูงขึ้น มีการศึกษาดูงาน  
ทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ  
รวมถึงการลาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์

1.3 จัดประชุมระหว่างอาจารย์ในสาขาเป็นประจำเพื่อชี้แจง ทำความเข้าใจและเสนอ  
ความคิดเห็นต่อการดำเนินการเกี่ยวกับการเรียนการสอนของสาขาวิชา

**2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์**

แผนพัฒนาบุคลากรสาขาวิชาการตลาด

| **ปี 2556** | **ปี 2557** | **ปี 2558** | **ปี 2559** | **ปี 2560** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. การพัฒนาเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ  - การอบรมความสามารถในการจัดทำผลงานวิชาการที่ได้คุณภาพทางวิชาการเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ ผศ. (1 คน) | 1. การพัฒนาเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ  1.1 การอบรมความสามารถในการจัดทำผลงานวิชาการที่ได้คุณภาพทางวิชาการเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ ผศ. (1 คน) | 1. การพัฒนาเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ  1.1 การอบรมความสามารถในการจัดทำผลงานวิชาการที่ได้คุณภาพทางวิชาการเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ ผศ. (2 คน) | 1. การพัฒนาเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ  - การอบรมความสามารถในการจัดทำผลงานวิชาการที่ได้คุณภาพทางวิชาการเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ ผศ. (2 คน) | 1. การพัฒนาเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ  - การอบรมความสามารถในการจัดทำผลงานวิชาการที่ได้คุณภาพทางวิชาการเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ ผศ. (2 คน) |
|  | 1.2 การอบรมความรู้การวิจัยเพื่อให้อาจารย์ มีความสามารถ ในการจัดทำผลงานวิจัยที่มีประโยชน์และขอ เข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ รศ. (1 คน) | 1.2 การอบรมความรู้การวิจัยเพื่อให้อาจารย์ มีความสามารถ ในการจัดทำผลงานวิจัยที่มีประโยชน์และขอ เข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ รศ. (1 คน) |  |  |
| 2. การพัฒนา เพื่อเพิ่มคุณวุฒิ ระดับปริญญาเอก (2 คน) | 2. ศักยภาพระดับปริญญาเอกครบ 100% | 2. ศักยภาพระดับปริญญาเอกครบ 100% | 2. ศักยภาพระดับปริญญาเอกครบ 100% | 2. ศักยภาพระดับปริญญาเอกครบ 100% |
|  |  |  |  |  |
| 3. การพัฒนาศักยภาพความรู้ เพื่อผลิตเอกสารประกอบการสอน ตำราและหนังสือ | 3. การพัฒนาศักยภาพด้านงานวิจัย | 3. การพัฒนาความรู้ทางด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดทำสื่อ e-learning และเว็บไซต์ของสาขา | 3. ศึกษาดูงานในสถาบันการศึกษา | 3. ศึกษาดูงานในสถาบันการศึกษา |
| 4. แสวงหาแนวทางความร่วมมือทางวิชาการและงานวิจัยในอาเซียน | 4. ทำความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษา ในอาเซียน 1 ประเทศ | 4. ทำความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษา ในอาเซียน 1 ประเทศ | 4. ทำความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษา ในอาเซียน 1 ประเทศ | 4. ทำความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษา ในอาเซียน 1 ประเทศ |

**หมวดที่ 7**

**การประกันคุณภาพหลักสูตร**

**1. การบริหารหลักสูตร**

1.1 มีคณะกรรมการประจำหลักสูตร ซึ่งประกอบด้วย ประธานหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิและคณบดีเป็นผู้กำกับดูแลและให้คำแนะนำ ตลอดจนกำหนดแนวทางปฏิบัติแก่อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

1.2 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรวางแผนการจัดการเรียนการสอนร่วมกับผู้บริหารของคณะและอาจารย์ผู้สอน ติดตามและรวบรวมข้อมูล สำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร  
โดยกระทำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

1.3 มีการประเมินความพึงพอใจของหลักสูตรและการเรียนการสอน โดยบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาและผู้ประกอบการที่รับบัณฑิตเข้าทำงาน

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **เป้าหมาย** | **การดำเนินการ** | **การประเมินผล** |
| 1. พัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยเพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต  2. กระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความใฝ่รู้ มีแนวทางการเรียนที่สร้างทั้งความรู้ความสามารถในวิชาการและวิชาชีพที่ทันสมัย  3. ปรับปรุงมาตรฐานของหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ  4. พัฒนาคณาจารย์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน | 1. จัดหลักสูตรให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพตามที่ สกอ. กำหนด  2. ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย โดยมีการพิจารณาปรับปรุงหลักสูตรทุก ๆ 5 ปี  3. ติดตามความเปลี่ยนแปลงของความต้องการกำลังคน ในตลาดแรงงานและประเมินความสอดคล้องของหลักสูตรกับตลาดแรงงาน  4. เชิญผู้มีประสบการณ์ทางวิชาการหรือวิชาชีพจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งผู้ใช้บัณฑิตเข้ามามี ส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร  5. ส่งเสริมการเรียนการสอน ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยกระตุ้นให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้ และพัฒนาความรู้ได้ด้วยตนเอง รวมทั้งผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประเมิน และสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ ๆ | 1. หลักสูตรที่สามารถอ้างอิงกับมาตรฐานที่ สกอ.กำหนด โดยมีการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ  2. รายงานผลการประเมินและการปรับปรุงหลักสูตร  3. ความสอดคล้องของหลักสูตรกับความต้องการกำลังคนในตลาดแรงงาน  4. ผลการประเมินจากผู้มีประสบการณ์ในภาครัฐ เอกชนและผู้ใช้บัณฑิต  5. ผลประเมินการเรียนการสอน โดยผู้สอนและนักศึกษา  6. จำนวนคณาจารย์และบุคลากร ที่ได้เข้าร่วมการอบรม ศึกษาดูงาน การประชุมทางวิชาการและวิชาชีพ |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **เป้าหมาย** | **การดำเนินการ** | **การประเมินผล** |
|  | 6. ประสานความร่วมมือกับสถานประกอบการหรือผู้ใช้บัณฑิตในการจัดกิจกรรม การเรียนการสอนวิชาเตรียมฝึกและฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด  7. ตรวจสอบและประเมินหลักสูตรโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอก  8. ประเมินความคิดเห็นต่อหลักสูตรและการเรียนการสอนจากผู้เกี่ยวข้องกับหลักสูตร  9. ส่งเสริมให้อาจารย์และบุคลากรได้เพิ่มพูนความรู้ โดยเข้ารับการอบรม ศึกษาดูงาน ประชุมทางวิชาการและวิชาชีพ |  |

**2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน**

**2.1 การบริหารงบประมาณ**

คณะดำเนินการจัดสรรงบประมาณประจำปี ทั้งงบประมาณแผ่นดินและเงินรายได้  
เพื่อจัดซื้อตำรา สื่อการเรียนการสอน โสตทัศนูปกรณ์ วัสดุครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์อย่างเพียงพอ  
เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนในชั้นเรียนและการสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา

**2.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม**

คณะมีความพร้อมด้านหนังสือ ตำราและการสืบค้นผ่านฐานข้อมูล โดยมีสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศอำนวยความสะดวกในการจัดหาหนังสือด้านการบริหารจัดการและด้านอื่น ๆ รวมถึงฐานข้อมูลที่จะให้นักศึกษาสืบค้นอย่างเพียงพอ

**2.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม**

คณะดำเนินการประสานงานกับสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดซื้อหนังสือและตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บริการอาจารย์และนักศึกษาได้ค้นคว้าและใช้ประกอบ  
การเรียนการสอน โดยอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชามีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายชื่อหนังสือและตำราที่ทันสมัย ตลอดจนสื่ออื่น ๆ ที่จะเป็นต้องใช้ในกระบวนการเรียนการสอน

สำหรับห้องสมุดของคณะ ได้ทำการจัดหาหนังสือ ตำราและวารสารเฉพาะทาง  
เพื่อให้บริการแก่อาจารย์ผู้สอน นอกจากนี้คณะยังได้ดำเนินการจัดสื่อการเรียนการสอนให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ทั้งเครื่องโปรเจคเตอร์ คอมพิวเตอร์ เครื่องฉายสไลด์ และ เครื่องถ่ายทอดภาพ  
3 มิติ

**2.3 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร**

การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร มหาวิทยาลัยมีเจ้าหน้าที่ประจำห้องสมุดและเจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์อำนวยความสะดวก ในด้านการประสานงานการจัดหาหนังสือและ  
ความต้องการใช้สื่อ โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **เป้าหมาย** | **การดำเนินงาน** | **การประเมินผล** |
| 1. จัดให้มีหนังสือที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาในหลักสูตรอย่างเพียงพอ | 1. เสนอให้สำนักวิทยบริการและห้องสมุดคณะ จัดซื้อหนังสือ ที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาในหลักสูตรที่ทันสมัยและเพียงพอต่อ การค้นคว้า | 1. การตรวจสอบจำนวนหนังสือในห้องสมุด |
| 2. สนับสนุนอุปกรณ์การสอนให้เพียงพอต่อการสอน | 2. ประสานขอจัดตั้งงบประมาณเพื่อจัดซื้อครุภัณฑ์ให้เพียงพอต่อการสอน | 2. การตรวจสอบจำนวนครุภัณฑ์ในชั้นเรียน |
| 3. จัดให้มีจุดเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในระบบไร้สาย | 3. การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ในระบบไร้สาย | 3. การเข้าใช้ข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตไร้สาย |

**3. การบริหารคณาจารย์**

**3.1 การรับอาจารย์ใหม่**

การคัดเลือกอาจารย์ใหม่เป็นไปตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย  
โดยคัดเลือกอย่างเป็นระบบ โปร่งใส และกำหนดแนวปฏิบัติไว้เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน ดังนี้

3.1.1 มีคุณวุฒิตรงกับตำแหน่งที่ต้องการ เช่น การกำหนดคุณวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทหรือปริญญาเอก สาขาวิชาการตลาด หรือสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 มีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของหลักสูตร

3.1.3 มีความรู้และทักษะในการจัดการเรียนการสอน

3.1.4 มีประสบการณ์ในสาขาวิชาที่สอน หรือมีประสบการณ์ในการทำวิจัย

**3.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร**

คณาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน ปรึกษาหารือร่วมกันในการวางแผน  
การปรับปรุงหลักสูตรทั้งทางด้านโครงสร้าง การจัดการเรียนการสอน สื่อ การประเมินผล เพื่อหาแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตรและได้บัณฑิตที่มีคุณลักษณะตรงตามความประสงค์ โดยจัดให้มีการประชุมหารือเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

3.2.1 การติดตามคุณภาพหลักสูตร ร่วมกันติดตามผลการดำเนินงานในแต่ละรายวิชาและภาพรวมของหลักสูตรทุกภาคการศึกษา โดยเฉพาะผลการประเมินจากผู้เรียน รวมทั้งการร่วมสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์  
เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร

3.2.2 การทบทวนประจำปี ร่วมกันทบทวนปรับปรุงคุณลักษณะของผู้เรียนหรือ  
ของบัณฑิตที่จำเป็นและเหมาะสมกับสาขาวิชาทุกปีการศึกษา โดยคำนึงถึงความทันสมัยของหลักสูตรและความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

3.2.3 การวางแผนปรับปรุงหลักสูตร ร่วมกันวางแผนจัดหางบประมาณและทรัพยากร  
ที่สนับสนุนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา  
และส่งเสริมคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์

**3.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ**

อาจารย์พิเศษต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำในระดับปริญญาโท หรือปริญญาเอก หรือ  
มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับรายวิชาที่สอน ซึ่งอาจารย์พิเศษต้องจัดทำแนวการสอน กิจกรรม สื่อและวิธีประเมินผลเสนอต่อคณะกรรมการหลักสูตร โดยมีสัดส่วนของอาจารย์ต่อนักศึกษาตามเกณฑ์  
การประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา

**4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน**

**4.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง**

บุคลากรสายสนับสนุนควรมีคุณวุฒิในระดับปริญญาตรีที่เกี่ยวข้องกับภาระงาน  
ที่รับผิดชอบ รวมทั้งสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ หรือประสานงานกับตำแหน่งงาน  
อื่น ๆ ได้

**4.2 การเพิ่มทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน**

การเพิ่มทักษะความรู้ให้แก่บุคลากร กระทำโดยการจัดปฐมนิเทศและการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการทำงานและทักษะที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงาน มีการสนับสนุนให้ทำวิจัย ทั้งนี้เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

**5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา**

**5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการและอื่น ๆ แก่นักศึกษา**

คณะมีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่นักศึกษาทุกคน โดยนักศึกษาที่มีปัญหาในการเรียนสามารถปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการได้ นอกจากนี้คณะยังกำหนดให้อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคนจะต้องทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่นักศึกษา  
ซึ่งจะต้องกำหนดชั่วโมงในการให้คำปรึกษาเพื่อให้นักศึกษาเข้าปรึกษาได้

**5.2 การอุทธรณ์ของนักศึกษา**

กรณีที่นักศึกษามีความสงสัยเกี่ยวกับผลการประเมินในรายวิชาใด สามารถที่จะยื่นคำร้องขอดูผลการตรวจจากกระดาษคำตอบในการสอบ ตลอดจนดูคะแนนและวิธีการประเมินของอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาได้

**6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และ/หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต**

การพัฒนาหรือการปรับปรุงหลักสูตร คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้ทำการสำรวจความต้องการบัณฑิตในตลาดแรงงาน ความคิดเห็นจากบัณฑิต และความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตผลจากการสำรวจดังกล่าวข้างต้นจะนำไปปรับปรุงโครงสร้างหลักสูตร การจัดกิจกรรม  
การเรียนการสอน การใช้สื่อและการประเมินผล ให้หลักสูตรมีความทันสมัยสอดคล้องกับ  
การเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางสังคมในปัจจุบันที่ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ  
มีการคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์โดยสามารถนำองค์ความรู้ใหม่ไปพัฒนางานทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน

**7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)**

| **ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย** | **ปีการศึกษา** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ปีที่ 1** | **ปีที่ 2** | **ปีที่ 3** | **ปีที่ 4** | **ปีที่ 5** |
| 1) อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2) มีรายละเอียดของหลักสูตรตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 3) มีการจัดทำรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของรายวิชาประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4)จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนามตามแบบ มคอ.5และ มคอ.6ภายใน 30 วันหลังสิ้นสุดการสอนภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 5) มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ.3 และมคอ.4 อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 6) มีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนกลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จากผลประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว |  | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 7) มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 8) อาจารย์ใหม่ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือได้รับคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 9) อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางด้านวิชาการ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 10) จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอนได้รับการพัฒนาด้านวิชาการและ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 11) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.50 จากคะแนนเต็ม 5.0 |  |  |  | ✓ | ✓ |
| 12) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.50 จากคะแนนเต็ม 5.0 |  |  |  |  | ✓ |
| 13) มีอาจารย์รับผิดชอบหลักสูตรตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 14) จำนวนนักศึกษาที่รับเข้าเป็นไปตามแผน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 15) บัณฑิตมีงานทำภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 |  |  |  |  | ✓ |

**หมวดที่ 8**

**การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร**

**1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน**

**1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน**

กระบวนการประเมินกลยุทธ์การสอนเพื่อใช้ในการตรวจสอบความสำเร็จของการสอนกระทำโดยอาจารย์ผู้สอนที่จะต้องเป็นผู้ประเมินผู้เรียนในทุก ๆ หัวข้อว่ามีความเข้าใจในเนื้อหาสาระมากน้อยเพียงใด ซึ่งการประเมินขณะทำการสอนอาจใช้วิธีการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษา  
การอภิปรายโต้ตอบจากนักศึกษา การทำกิจกรรม การตอบคำถามในชั้นเรียน ไปตลอดจนถึง  
การประเมินเมื่อการสอนเสร็จสิ้นแล้ว ด้วยการทดสอบทั้งกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน  
ผลการรวบรวมข้อมูลจากวิธีการต่าง ๆ ดังกล่าว จะช่วยให้ผู้สอนสามารถประเมินได้ว่าผู้เรียน  
มีความเข้าใจในเนื้อหาระดับใด หากวิธีการที่ใช้ไม่สามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจได้ก็จะต้องปรับเปลี่ยนวิธีการสอน หรือดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนในโอกาสต่อไป

**1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน**

1.2.1 ประเมินโดยนักศึกษาในทุกด้าน ทั้งด้านทักษะกลยุทธ์การสอน การใช้สื่อ  
การสอน การตรงต่อเวลา การชี้แจงวัตถุประสงค์ และเกณฑ์การประเมินผล

1.2.2 การสังเกตการณ์ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/ประธานหลักสูตร

1.2.3 การทดสอบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในหลักสูตรโดยเทียบเคียงกับนักศึกษาของสถาบันอื่นในหลักสูตรเดียวกัน

**2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม**

การรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปประเมินหลักสูตรในภาพรวม ได้มาจากการสำรวจกลุ่มบุคคลดังนี้

**2.1 ประเมินจากนักศึกษาและบัณฑิต**

ดำเนินการประเมินจากนักศึกษาโดยติดตามจากการปฏิบัติงานในรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด ซึ่งอาจารย์นิเทศสามารถประเมินโดยวิธีการสอบถามจากนักศึกษาเป็นรายบุคคล สำหรับบัณฑิตจะประเมินโดยการใช้แบบสอบถามหรืออาจจัดประชุมศิษย์เก่า เพื่อให้ทราบถึงระดับของการนำความรู้ไปใช้ว่าเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด คุ้มค่าหรือไม่

**2.2 ประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ประเมินภายนอก**

ดำเนินการโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิมาให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพของหลักสูตร หรือจากรายงานการประเมินผลการประกันคุณภาพภายนอก

**2.3 ประเมินจากสถานประกอบการหรือผู้ใช้บัณฑิต**

ดำเนินการโดยสัมภาษณ์สถานประกอบการหรือผู้ใช้บัณฑิตที่นักศึกษาไปฝึกงาน  
และใช้วิธีการส่งแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการนั้น ๆ

**3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร**

การประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยคณะกรรมการประเมินที่ได้รับการแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัย

**4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง**

จากการรวบรวมข้อมูล จะทำให้ทราบถึงปัญหาของการบริหารหลักสูตรทั้งในภาพรวมและรายวิชา ดังนั้นจึงวางแผนการปรับปรุงโดยวิธีต่อไปนี้

4.1 การปรับปรุงรายวิชา อาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ประจำหลักสูตร นำผลการประเมิน  
ที่ได้มาดำเนินการปรับปรุงรายวิชาที่พบปัญหา

4.2 การปรับปรุงหลักสูตร คณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรของคณะรวบรวมข้อมูล  
และจัดทำรายงานการประเมินผล เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย  
และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต โดยกระทำการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี

**ภาคผนวก**

**ภาคผนวก 1**

บทสรุปผู้บริหาร การวิจัย การประเมินหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2549)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**บทสรุปผู้บริหาร**

การวิจัยการประเมินหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิต (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2549) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลของหลักสูตร โดยใช้แบบจำลองซิป เพื่อประเมินองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริบท ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านการะบวนการและด้านผลผลิต เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรต่อไปในอนาคต การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง  
ในการวิจัย จำนวน 927 ราย แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย นักศึกษา 382 ราย บัณฑิต 430 ราย อาจารย์ 37 ราย และผู้ใช้งานบัณฑิต 78 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย  
ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ใช้งานบัณฑิตอีก 11 ราย เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ค่าแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านบริบท โดยรวมมีความเหมาะสมในระดับมาก ทั้งในเรื่องปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนวิชาที่ศึกษา เนื้อหาวิชาที่ศึกษา

2. ด้านปัจจัยนำเข้า โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางประเด็น  
ที่เหมาะสมในระดับปานกลาง ประเด็นที่มีความเหมาะสมมากกว่าประเด็นอื่น คือความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน ส่วนประเด็นที่เหมาะสมในระดับปานกลาง เช่น วัสดุอุปกรณ์ อาคารสถานที่ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์

3. ด้านกระบวนการ โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการที่อาจารย์  
ฝึกให้นักศึกษาได้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม และส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมให้แก่นักศึกษา

4. ด้านผลผลิต โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้งานบัณฑิตเห็นว่าคุณลักษณะของบัณฑิตในทุกด้าน ได้แก่ คุณธรรม จริยธรรม ความรู้ ทักษะทางปัญญา ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร  
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เหมาะสมในระดับมาก และบัณฑิตมีสถานภาพการทำงานแล้ว  
คิดเป็นร้อยละ 90

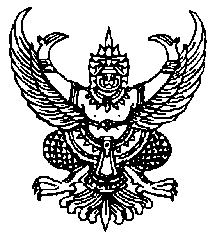
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือมหาวิทยาลัยควรมีการปรับปรุงเนื้อหาวิชา  
ในหลักสูตรให้มีความทันสมัยกับสถานการณ์ปัจจุบันอยู่เสมอ ควรจัดหาและซ่อมบำรุงทรัพยากรสำคัญที่จำเป็นต่อการใช้หลักสูตรอย่างมีประสิทธิภาพ ควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้  
นอกสถานที่ โดยเฉพาะการศึกษาดูงานให้แก่นักศึกษามากยิ่งขึ้น และควรพัฒนาทักษะ  
ด้านภาษาอังกฤษและการวิเคราะห์เชิงตัวเลขให้แก่นักศึกษาเพิ่มมากขึ้น

**ภาคผนวก 2**

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาตรี (ต่อเนื่อง)**

**พ.ศ. 2548**



**ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**

**ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาตรี(ต่อเนื่อง) พ.ศ. 2548**

เพื่อให้การจัดการศึกษาระดับอนุปริญญา ปริญญาตรีและปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) พ.ศ.2548 ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 18(2) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 สภามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จึงตราข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

**ข้อ 1** ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ว่าด้วยการจัดการศึกษาหลักสูตรระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) พ.ศ. 2548”

**ข้อ 2** ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับสำหรับการจัดการศึกษาหลักสูตรระดับอนุปริญญาปริญญาตรี และปริญญาตรี(ต่อเนื่อง) ตั้งแต่ปีการศึกษา 2548 เป็นต้นไป

**ข้อ 3** ข้อบังคับ ระเบียบ หรือประกาศใดที่ขัดแย้งกับข้อบังคับนี้ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

**ข้อ 4** ในข้อบังคับนี้

**“มหาวิทยาลัย”** หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**“สภามหาวิทยาลัย”** หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**“อธิการบดี”** หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**“นักศึกษาภาคปกติ”** หมายความว่า นักศึกษาที่ศึกษาเต็มเวลาในวันที่ทำการปกติ

**“นักศึกษาภาคพิเศษ”** หมายความว่า นักศึกษาที่เข้าศึกษาตามโครงการ  
การจัดการศึกษาเพื่อปวงชน หรือนักศึกษาที่เข้าศึกษาตามโครงการอื่นใดที่ไม่ใช่นักศึกษาภาคปกติ

**“ภาคการศึกษาปกติ”** หมายความว่า ภาคการศึกษาต้นและภาคการศึกษาปลาย

**“ภาคการศึกษาฤดูร้อน”** หมายความว่า ภาคการศึกษาหลังภาคการศึกษาปลาย

**“อาจารย์ที่ปรึกษา”** หมายความว่า อาจารย์ที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งโดยคำแนะนำของคณบดีเพื่อให้ทำหน้าที่แนะนำนักศึกษาและให้คำปรึกษาด้านการเรียนและด้านอื่น ๆ

**“ศูนย์บริการการศึกษา”** หมายความว่า ศูนย์บริการการศึกษามหาวิทยาลัย  
ราชภัฏพระนคร ที่ตั้งอยู่ภายนอกมหาวิทยาลัย

**หมวดที่ 1**

**การรับเข้าศึกษา**

**ข้อ 5** ผู้มีสิทธิ์สมัครเข้าเป็นนักศึกษา

5.1 คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษา

5.1.1 ไม่เคยรับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่ในกรณี  
ที่โทษนั้นเกิดจากความผิดอันได้กระทำโดยประมาท หรือความผิดอันเป็นลหุโทษ

5.1.2 ไม่เคยเป็นผู้มีความประพฤติเสียหาย

5.1.3 ไม่เป็นคนวิกลจริต และไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคอื่น  
ซึ่งสังคมรังเกียจ

5.1.4 ไม่เคยถูกคัดชื่อออกจากสถานศึกษาเพราะมีความผิดทางวินัย

5.1.5 มีคุณสมบัติอื่นตามข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยและหรือหลักสูตรสาขาวิชาที่สมัครเข้าศึกษา

สำหรับผู้สมัครที่มีคุณสมบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนดให้อยู่ในดุลยพินิจของ  
คณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย

5.2 คุณวุฒิของผู้สมัคร

ผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาหลักสูตรอนุปริญญา ปริญญาตรี 4 ปี และปริญญาตรี 5 ปี ต้องสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ต้องสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ  
สูงกว่า

สำหรับผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาภาคพิเศษ คุณวุฒิของผู้สมัครให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

**ข้อ 6** การรับเข้าเป็นนักศึกษา

กำหนดการและวิธีการรับเข้าศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

**ข้อ 7** การขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา

7.1 ผู้สมัครเป็นนักศึกษาจะมีสถานภาพเป็นนักศึกษาเมื่อได้ขึ้นทะเบียนแล้ว

7.2 วิธีการขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

**หมวดที่ 2**

**ระบบการศึกษา**

**ข้อ 8** ระบบการศึกษา

8.1 การจัดการศึกษา ใช้ระบบทวิภาค โดยหนึ่งปีการศึกษาแบ่งออกเป็น  
2 ภาคการศึกษาปกติ หนึ่งภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษารวมทั้งเวลาสอบไม่น้อยกว่า  
16 สัปดาห์ มหาวิทยาลัยอาจจัดภาคการศึกษาฤดูร้อนโดยกำหนดระยะเวลาของแต่ละรายวิชา  
ให้มีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับภาคการศึกษาปกติ

8.2 “หน่วยกิต” หมายความว่า มาตราที่ใช้แสดงปริมาณการศึกษาที่นักศึกษาได้รับ

เกณฑ์ในการกำหนดจำนวนหน่วยกิต มีดังนี้

8.2.1 รายวิชาภาคทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยาย หรืออภิปรายปัญหาในชั้นเรียนไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา ให้นับเป็น 1 หน่วยกิต

8.2.2 รายวิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาปฏิบัติหรือทดลองไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา ให้นับเป็น 1 หน่วยกิต

8.2.3 รายวิชาการฝึกงานหรือฝึกภาคสนามที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา ให้นับเป็น 1 หน่วยกิต

**ข้อ 9** กำหนดวันเปิดและปิดภาคการศึกษาของมหาวิทยาลัยให้ทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

**หมวดที่ 3**

**การลงทะเบียนเรียน**

**ข้อ 10** การลงทะเบียนเรียน

10.1 นักศึกษาใหม่ที่เข้าศึกษาในภาคการศึกษาแรกต้องลงทะเบียนเรียนภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนดมิฉะนั้นจะถือว่าสละสิทธิ์การเข้าเป็นนักศึกษาและจะถูกถอนชื่อออก  
จากทะเบียน

10.2 นักศึกษาปัจจุบันจะต้องลงทะเบียนเรียนภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด มิฉะนั้นจะไม่มีสิทธิ์ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น

10.3 การลงทะเบียนเรียนจะสมบูรณ์เมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมภายในเวลา  
ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

10.4 กำหนดการลงทะเบียนเรียน วิธีการลงทะเบียนเรียน ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

10.5 การลงทะเบียนเรียน จะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และเป็นไปตามข้อกำหนดของหลักสูตร

10.6 นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนภาคการศึกษาฤดูร้อนตามรายวิชาที่มหาวิทยาลัยจัดจะไม่เสียสิทธิ์ในการได้รับปริญญาเกียรตินิยม

10.7 การลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาปกติ นักศึกษาภาคปกติต้องลงทะเบียนเรียนไม่ต่ำกว่า 9 หน่วยกิต แต่ไม่เกิน 22 หน่วยกิต ส่วนในภาคการศึกษาฤดูร้อนลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 9 หน่วยกิต นักศึกษาลงทะเบียนเรียนสูงกว่าหรือต่ำกว่าที่กำหนดได้ในกรณีที่จะขอสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษานั้น ทั้งนี้ให้คณบดีที่นักศึกษาสังกัดเป็นผู้พิจารณาอนุมัติโดยคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนการลงทะเบียนเรียน สำหรับนักศึกษาภาคพิเศษจำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

10.8 นักศึกษาจะต้องตรวจสอบสถานภาพของตนเองก่อนการลงทะเบียนเรียนทุกครั้ง นักศึกษาที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขของมหาวิทยาลัยที่ประกาศไว้จะไม่มีสิทธิ์ลงทะเบียนเรียน

**ข้อ 11** การลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่มีวิชาบังคับก่อน (pre-requisite) นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่เป็นวิชาบังคับก่อนลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่อง มิฉะนั้นให้ถือว่า  
การลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่องเป็นโมฆะ

**ข้อ 12** การขอเพิ่ม ขอถอน และขอยกเลิกรายวิชา

12.1 การขอเพิ่มและขอถอนรายวิชา จะกระทำได้ภายใน 2 สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติ และภายใน 1 สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาฤดูร้อน โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาถ้านักศึกษาขอยกเลิกรายวิชาหลังจากช่วงเวลาดังกล่าวจะได้รับ  
การบันทึกอักษร W

12.2 การขอยกเลิกรายวิชาต้องกระทำให้เสร็จสิ้นก่อนสอบปลายภาค  
2 สัปดาห์

12.3 นักศึกษาที่ชำระเงินค่าธรรมเนียมแบบเหมาจ่ายที่ขอเพิ่มและถอนรายวิชาภายในระยะเวลาที่กำหนดไม่ต้องชำระเงินเพิ่มในกรณีเพิ่มรายวิชาและไม่สามารถถอนเงินคืนได้กรณีขอถอนรายวิชา

**หมวดที่ 4**

**ระยะเวลาการศึกษา**

**ข้อ 13** ระยะเวลาการศึกษา

13.1 นักศึกษาภาคปกติ

13.1.1 หลักสูตรอนุปริญญา (3 ปี) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 5 ภาคการศึกษาปกติ และไม่เกิน 6 ปีการศึกษา

13.1.2 หลักสูตรปริญญาตรี (4 ปี) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 6 ภาคการศึกษาปกติ และไม่เกิน 8 ปีการศึกษา

13.1.3 หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 4 ภาคการศึกษาปกติ และไม่เกิน 4 ปีการศึกษา

13.1.4 หลักสูตรปริญญาตรี (5 ปี) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 8 ภาคการศึกษาปกติ และไม่เกิน 10 ปีการศึกษา

13.1.5 หลักสูตรปริญญาตรี (6 ปี) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 10 ภาคการศึกษาปกติ และไม่เกิน 12 ปีการศึกษาหรือเทียบเท่า

13.2 นักศึกษาภาคพิเศษ

13.2.1 หลักสูตรอนุปริญญา (3 ปี) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 8 ภาคการศึกษา และไม่เกิน 6 ปีการศึกษา

13.2.2 หลักสูตรปริญญาตรี(4 ปี) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 10 ภาคการศึกษาและไม่เกิน 8 ปีการศึกษา

13.2.3 หลักสูตรปริญญาตรี(ต่อเนื่อง) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 6 ภาคการศึกษา และไม่เกิน 4 ปีการศึกษา

13.2.4 หลักสูตรปริญญาตรี(5 ปี) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 13 ภาคการศึกษา และไม่เกิน 10 ปีการศึกษา

13.2.5 หลักสูตรปริญญาตรี(6 ปี) ใช้เวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 ภาคการศึกษา และไม่เกิน 12 ปีการศึกษา

**หมวดที่ 5**

**การเรียน การฝึกประสบการณ์วิชาชีพและการสอบ**

**ข้อ 14** การเรียน

14.1 นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนติดต่อกันทุกภาคการศึกษาปกติ การลาพักการศึกษาจะต้องปฏิบัติตามระเบียบการลาพักการศึกษา

14.2 นักศึกษาจะต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนทั้งหมดของรายวิชานั้นจึงจะมีสิทธิ์เข้าสอบปลายภาค ในกรณีที่นักศึกษามีเวลาเรียนน้อยกว่าร้อยละ 80  
ต้องยื่นคำร้องขอมีสิทธิ์สอบพร้อมหลักฐานแสดงเหตุจำเป็นของการขาดเรียน โดยยื่นที่สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน ก่อนสอบปลายภาค 3 สัปดาห์ เพื่อให้มหาวิทยาลัยพิจารณาสิทธิ์ในการเข้าสอบ นักศึกษาที่มีเวลาเรียนน้อยกว่าร้อยละ 60 จะหมดสิทธิ์สอบ

**ข้อ 15** การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

15.1 นักศึกษาจะต้องฝึกประสบการณ์วิชาชีพตามที่ระบุไว้ในหลักสูตร ถ้าผู้ใดปฏิบัติงานไม่ครบถ้วน ให้ถือว่าการศึกษายังไม่สมบูรณ์

15.2ในระหว่างการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ นักศึกษาจะต้องประพฤติตนตามระเบียบวินัยและปฏิบัติงานตามข้อกำหนดทุกประการ หากฝ่าฝืน ผู้ควบคุมซึ่งเป็นอาจารย์และบุคลากรในหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพอาจพิจารณาส่งตัวกลับ

**ข้อ 16** การสอบ

16.1 การสอบแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ การสอบย่อย การสอบกลางภาคและ  
การสอบปลายภาค

16.2 การกำหนดจำนวนครั้งและวิธีการสอบย่อยและการสอบกลางภาค ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ประจำวิชา

16.3 ระเบียบการเข้าสอบ ให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

16.4 นักศึกษาที่ไม่ได้เข้าสอบปลายภาคตามกำหนดโดยมีเหตุผลความจำเป็น จะต้องยื่นคำร้องขอสอบที่สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน ภายใน 2 สัปดาห์ นับตั้งแต่วันสอบวิชานั้น และให้สอบให้เสร็จสิ้นภายในภาคการศึกษาถัดไป หากพ้นกำหนดให้นายทะเบียนเปลี่ยนระดับคะแนนเป็น “E” หรือ “F” โดยอัตโนมัติ

16.5 นักศึกษาที่ทุจริตในการสอบ เมื่อนักศึกษากระทำผิดหรือร่วมกระทำผิดระเบียบการสอบให้คณะกรรมการที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งพิจารณาโทษนักศึกษาที่กระทำผิดระเบียบการสอบแล้วรายงานผลการพิจารณาต่อมหาวิทยาลัยเพื่อดำเนินการลงโทษและแจ้งโทษให้ทุกฝ่าย  
ที่เกี่ยวข้องทราบ โดยมีแนวทางการพิจารณาโทษดังต่อไปนี้

(1) ถ้าเป็นความผิดประเภททุจริต ให้ลงโทษโดยให้ได้รับ “E” หรือ “F” ในรายวิชาที่กระทำผิดระเบียบการสอบ ส่วนรายวิชาอื่นที่นักศึกษาผู้นั้นลงทะเบียนเรียนไว้  
ให้ได้ผลการสอบตามที่สอบได้จริง และให้พิจารณาสั่งพักการศึกษานักศึกษาผู้นั้น 1 ภาคการศึกษาเป็นอย่างน้อย ในภาคการศึกษาถัดไป หรืออาจให้พ้นสภาพการเป็นนักศึกษาก็ได้

(2) ถ้าเป็นความผิดประเภทส่อเจตนาให้ลงโทษโดยให้ได้รับ “E” หรือ “F” ในรายวิชาที่กระทำผิดระเบียบการสอบและอาจพิจารณาสั่งพักการศึกษานักศึกษาผู้นั้นได้  
ไม่เกิน 1 ภาคการศึกษา

(3) ถ้าเป็นความผิดอย่างอื่นตามที่ระบุไว้ในข้อปฏิบัติของนักศึกษา  
ในการสอบ ให้ลงโทษตามควรแก่ความผิดนั้น แต่จะต้องไม่เกินกว่าระดับโทษต่ำสุดของความผิดประเภททุจริต

(4) ถ้านักศึกษากระทำผิดหรือร่วมกระทำผิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการสอบ  
ให้คณะกรรมการพิจารณาโทษนักศึกษาที่กระทำผิดระเบียบการสอบเป็นผู้พิจารณาเสนอการลงโทษ  
ต่อมหาวิทยาลัยตามควรแก่ความผิดนั้น

(5) การให้พักการศึกษาของนักศึกษาตามคำสั่งของมหาวิทยาลัย ให้เริ่มเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาที่กระทำผิดนั้น ทั้งนี้ให้นับระยะเวลาที่ถูกสั่งพักการศึกษาเข้าเป็นระยะเวลาการศึกษาด้วย

(6) นักศึกษาที่ถูกสั่งพักการศึกษาจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสถานภาพนักศึกษาทุกภาคการศึกษาที่พักการศึกษา

**หมวดที่ 6**

**การวัดและประเมินผล**

**ข้อ 17** ให้มีการประเมินผลการศึกษาในรายวิชาต่างๆ ตามหลักสูตร เป็น 2 ระบบ ดังนี้

17.1 ระบบค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น 8 ระดับ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ระดับคะแนน** | **ความหมาย** | **ค่าระดับคะแนน** |
| A | ดีเยี่ยม | 4.0 |
| B+ | ดีมาก | 3.5 |
| B | ดี | 3.0 |
| C+ | ดีพอใช้ | 2.5 |
| C | พอใช้ | 2.0 |
| D+ | อ่อน | 1.5 |
| D | อ่อนมาก | 1.0 |
| E | ตก | 0.0 |

ระบบนี้ใช้สำหรับการประเมินผลรายวิชาที่เรียนตามหลักสูตร ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ต้องไม่ต่ำกว่า “D” ถ้านักศึกษาได้ระดับคะแนนในรายวิชาใดต่ำกว่า ต้องลงทะเบียนและเรียนใหม่ จนกว่าจะสอบได้ กรณีวิชาเลือกถ้าได้ระดับคะแนนต่ำกว่า “D” สามารถเปลี่ยนไปเลือกเรียนรายวิชาอื่นได้ ส่วนการประเมินผลรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ถ้าได้ระดับคะแนนต่ำกว่า “C” ถือว่าสอบตก นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนและเรียนใหม่  
ถ้าได้รับการประเมินผลต่ำกว่า “C” เป็นครั้งที่สอง ถือว่าพ้นสภาพเป็นนักศึกษา

กรณีที่นักศึกษาขอลงทะเบียนรายวิชาเลือกอื่นแทนรายวิชาเลือกที่สอบไม่ผ่าน รายวิชา  
ที่สอบไม่ผ่านจะได้รับการบันทึกผลการเรียนเป็น “E”

17.2 ระบบไม่มีค่าระดับคะแนน กำหนดสัญลักษณ์การประเมินผลดังนี้

|  |  |
| --- | --- |
| **ผลการศึกษา** | **ระดับการประเมิน** |
| ผ่านดีเยี่ยม  ผ่าน  ไม่ผ่าน | PD (Pass with Distinction)  P (Pass)  F (Fail) |

ระบบคะแนนนี้ใช้สำหรับการประเมินผลรายวิชาที่หลักสูตรบังคับให้เรียนเพิ่ม  
ตามข้อกำหนดเฉพาะ และรายวิชาที่สภามหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนเพิ่ม

รายวิชาที่ได้ผลประเมิน “F” นักศึกษาต้องลงทะเบียนและเรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้

**ข้อ 18** สัญลักษณ์อื่น มีดังนี้

**Au (Audit)** ใช้สำหรับการลงทะเบียนเพื่อร่วมฟัง โดยไม่นับหน่วยกิต

**W (Withdraw)** ใช้สำหรับการบันทึกรายวิชาที่ได้รับอนุมัติให้ยกเลิกรายวิชานั้น โดยต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นก่อนกำหนดสอบปลายภาคไม่น้อยกว่า 2 สัปดาห์ และใช้ในกรณี  
ที่นักศึกษาลาพักการศึกษาหรือถูกสั่งให้พักการศึกษาหลังจากลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษา  
นั้นแล้ว

**I (Incomplete)** ใช้สำหรับการบันทึกการประเมินผลในรายวิชาที่นักศึกษา  
ยังทำงานไม่สมบูรณ์ เมื่อสิ้นภาคการศึกษา หรือใช้สำหรับบันทึกรายวิชาที่นักศึกษาขาดสอบ นักศึกษาที่ได้ “I” ต้องดำเนินการขอรับการประเมินผล เพื่อเปลี่ยนระดับคะแนนให้เสร็จสิ้น  
ในภาคการศึกษาถัดไป

การเปลี่ยนระดับคะแนน “I” ให้ดำเนินการ ดังนี้

(1) กรณีนักศึกษายังทำงานไม่สมบูรณ์ ไม่ติดต่อผู้สอนหรือไม่สามารถส่งงานได้ ตามเวลาที่กำหนดให้ผู้สอนพิจารณาผลงานที่ค้างอยู่เป็นศูนย์ และส่งผลการประเมินผลการศึกษา  
จากคะแนนที่มีอยู่ภายในภาคการศึกษาถัดไป

(2) กรณีนักศึกษาขาดสอบ และมหาวิทยาลัยไม่อนุญาตให้สอบหรือมหาวิทยาลัยอนุญาตให้สอบ แต่ไม่มาสอบภายในภาคการศึกษาถัดไป นายทะเบียนจะเปลี่ยน  
ผลการศึกษาเป็น “E” หรือ “F”โดยอัตโนมัติ

(3) นักศึกษาที่ได้รับผลการเรียนเป็น “I” ในภาคการศึกษาสุดท้ายและดำเนินการแก้ “I” ในภาคการศึกษาถัดไปต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษา

**ข้อ 19** รายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการศึกษา ให้ได้ผลการประเมินเป็น “P”

**ข้อ 20** นักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จะลงทะเบียนเรียนรายวิชาซ้ำกับรายวิชาที่ศึกษามาแล้วในระดับอนุปริญญาไม่ได้ หากลงทะเบียนซ้ำให้เว้นการนับหน่วยกิตเพื่อพิจารณาวิชาเรียนครบตามหลักสูตรที่กำลังศึกษาอยู่

**ข้อ 21** การหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ย

ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคและค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ให้คิดเป็นเลขทศนิยม 2 ตำแหน่ง โดยไม่ปัดเศษ สำหรับรายวิชาที่ยังมีผลการศึกษาเป็น “I” ไม่นำหน่วยกิต  
มารวมเป็นตัวหารเฉลี่ย

21.1 กรณีที่สอบตกทั้งรายวิชาเลือกและรายวิชาบังคับ ให้นำหน่วยกิตของรายวิชาที่สอบตกมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

21.2 กรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนวิชาซ้ำกับรายวิชาที่สอบได้แล้ว หรือเรียนวิชาที่ระบุไว้ในหลักสูตรที่เทียบเท่า ให้นับหน่วยกิตและค่าระดับคะแนนเฉพาะรายวิชา  
ที่ลงทะเบียนครั้งแรกเท่านั้น

**หมวดที่ 7**

**การขอโอนรายวิชาและยกเว้นรายวิชา**

**ข้อ 22** การรับโอน การพิจารณารับโอนให้อยู่ในดุลยพินิจของอธิการบดีหรือ  
รองอธิการบดีที่ได้รับมอบหมายโดยการเสนอของคณะที่รับโอน

**ข้อ 23** เกณฑ์การเทียบรายวิชาเพื่อขอยกเว้นการเรียนรายวิชา

23.1 การเทียบรายวิชาให้อยู่ในดุลยพินิจของโปรแกรมวิชาและคณะ และอนุมัติโดยมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ต้องไม่ได้รับการพิจารณาให้ยกเว้นรายวิชานั้น ๆ มาก่อน

23.2 การเทียบรายวิชาในลักษณะเทียบเป็นกลุ่มวิชา การเทียบโอนจากประสบการณ์การเทียบโอนจากการศึกษานอกระบบและการเทียบโอนจากระบบการศึกษา  
ตามอัธยาศัย ให้เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

23.3 นักศึกษาที่มีสิทธิ์ขอโอนหรือขอเทียบรายวิชาเรียนเพื่อยกเว้นไม่ต้องเรียนรายวิชานั้น ๆ ให้ดำเนินการขอเทียบรายวิชาเรียนต่อคณบดีที่นักศึกษานั้นสังกัด หรือคณะกรรมการ  
ที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งภายในภาคการศึกษาแรกที่มหาวิทยาลัยรับเข้าศึกษา

**หมวดที่ 8**

**การลา การลาพักการศึกษา การลาออก**

**ข้อ 24** การลา

24.1 การลาป่วย ลากิจ ที่ไม่เกิน 15 วัน ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ที่ปรึกษา ในการอนุมัติ หากเกินจากนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณบดี และได้รับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัย การอนุมัติจะต้องไม่เกินกว่าร้อยละ 60 ของเวลาเรียนทั้งหมด

24.2 นักศึกษาที่ได้รับการอนุมัติให้ลาจะมีสิทธิ์ได้รับการผ่อนผันด้านการสอบ และการนับเวลาเรียน

**ข้อ 25** การลาพักการศึกษา

25.1 นักศึกษายื่นคำร้องขอลาพักการศึกษาหรือรักษาสถานภาพได้ในกรณีใดกรณีหนึ่ง ดังต่อไปนี้

25.1.1 ถูกเกณฑ์หรือระดมเข้ารับราชการทหาร

25.1.2 ได้รับทุนแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศหรือทุนอื่นใดซึ่งมหาวิทยาลัยเห็นสมควรสนับสนุน

25.1.3 ประสบอุบัติเหตุ ภยันตรายหรือเจ็บป่วย จนไม่สามารถศึกษาต่อไปให้ได้ผลดีได้

25.1.4 เหตุผลอื่นตามที่มหาวิทยาลัยเห็นสมควร

25.2 การลาพักการศึกษา กระทำได้ครั้งละไม่เกิน 2 ภาคการศึกษาติดต่อกัน  
ถ้าจำเป็นต้องลาพักการศึกษาต่อให้ยื่นคำร้องใหม่ การลาพักการศึกษาทุกครั้งต้องได้รับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัย

25.3 นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียม  
การรักษาสถานภาพนักศึกษา

**ข้อ 26** การลาออกและการพ้นสภาพนักศึกษา

26.1 การลาออกจะต้องได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัย

26.2 นักศึกษาจะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาในกรณีต่อไปนี้

26.2.1 ไม่ชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพนักศึกษา 2 ภาคการศึกษาติดต่อกัน

26.2.2 มีผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ที่ระบุในระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาตรี(ต่อเนื่อง)  
พ.ศ. 2548

26.2.3 ประพฤติปฏิบัติตนไม่ถูกต้องตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏ  
พระนครว่าด้วยวินัยนักศึกษา

**หมวดที่ 9**

**การสำเร็จการศึกษา**

**ข้อ 27** การขอรับและอนุมัติปริญญาหรืออนุปริญญา

27.1 นักศึกษาที่จะมีสิทธิ์ขอรับปริญญาหรืออนุปริญญา ต้องศึกษารายวิชา  
ต่าง ๆ ครบถ้วน และผ่านเกณฑ์อื่นตามข้อกำหนดและระเบียบของมหาวิทยาลัย โดยมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรตั้งแต่ 2.00 ขึ้นไป และมีเวลาศึกษาในมหาวิทยาลัยตามจำนวนปี  
ที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ทั้งนี้ยกเว้นผู้ได้รับการเทียบโอนรายวิชา

27.2 นักศึกษาที่เรียนครบตามหลักสูตร ในระดับปริญญาตรี และผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดและระเบียบของมหาวิทยาลัย แต่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.00  
อาจขอรับอนุปริญญาได้ ทั้งนี้ต้องได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมสูงกว่า 1.80

27.3 ให้นักศึกษายื่นคำร้องแสดงความจำนงขอรับปริญญา หรืออนุปริญญาต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณบดีตามลำดับภายใน 30 วัน นับแต่วันเปิดเรียนของภาคการศึกษาสุดท้าย  
ที่นักศึกษาคาดว่าจะสอบได้หน่วยกิต ครบถ้วนตามหลักสูตร

27.4 นักศึกษาจะต้องชำระหนี้สินทั้งหมดที่มีต่อมหาวิทยาลัยให้เรียบร้อย  
เสร็จสิ้นก่อน จึงจะได้รับการเสนอชื่อเพื่อขอรับปริญญาหรืออนุปริญญา

27.5 นักศึกษาที่สมควรได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญาหรืออนุปริญญา จะต้องเป็นผู้ที่มีความประพฤติที่ไม่ขัดต่อระเบียบของมหาวิทยาลัยและวินัยของนักศึกษา

27.6 สภามหาวิทยาลัย เป็นผู้พิจารณาอนุมัติปริญญาหรืออนุปริญญา

**ข้อ 28** การให้ปริญญาเกียรตินิยม

28.1 คุณสมบัติด้านการศึกษาของนักศึกษาที่มีสิทธิ์ได้รับปริญญาเกียรตินิยม

28.1.1 สอบได้รายวิชาเฉพาะด้าน ไม่ต่ำกว่า “C” ตามระบบค่าระดับคะแนน หรือไม่ได้ “F” ตามระบบไม่มีค่าระดับคะแนน

28.1.2 สอบได้รายวิชาในหมวดวิชาอื่นๆไม่ต่ำกว่า “C” และอาจได้รับผลการประเมินบางรายวิชาในระดับคะแนน “D” ได้ไม่เกิน 2 รายวิชา

28.1.3 ไม่เคยเรียนซ้ำรายวิชาใดเพื่อเปลี่ยนค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

28.1.4 ไม่เคยเรียนซ้ำเพื่อนับหน่วยกิตในรายวิชาที่ได้ลงทะเบียนเรียน  
โดยไม่นับหน่วยกิต (Audit) มาก่อน

28.1.5 ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.60 ขึ้นไป สำหรับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.25 ขึ้นไป สำหรับเกียรตินิยมอันดับสอง

กรณีศึกษาในระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ต้องได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ในวรรคแรกทั้งในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าและในระดับปริญญาตรี(ต่อเนื่อง)

28.1.6 เรียนจบภายในกำหนดเวลาไม่เกินจำนวนปีที่ระบุไว้ในหลักสูตรนักศึกษาภาคปกติที่ลงทะเบียนเรียนภาคฤดูร้อนต่อจากภาคการศึกษาสุดท้ายของหลักสูตร  
ไม่มีสิทธิ์ได้รับเกียรตินิยม

28.2 คุณสมบัติด้านคุณธรรม จริยธรรม นักศึกษาที่จะได้รับปริญญาเกียรตินิยมจะต้องเป็นผู้มีความประพฤติดี และไม่เคยถูกลงโทษทางวินัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษา  
ในมหาวิทยาลัย

**ข้อ 29** รางวัลการเรียนดี

นักศึกษาที่มีสิทธิ์ได้รับรางวัลการเรียนดี จะต้องมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด  
แต่ละสาขาวิชา ทั้งนี้ต้องมีคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.60 และต้องมีคุณสมบัติตามข้อ 28.2

**หมวดที่ 10**

**อาจารย์ที่ปรึกษา**

**ข้อ 30** อาจารย์ที่ปรึกษามีบทบาทหน้าที่ดังนี้

30.1 ให้คำแนะนำด้านการเรียนและวิธีเรียนของนักศึกษาให้ถูกต้องตามที่หลักสูตรกำหนดไว้

30.2 เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าพบ เพื่อให้คำปรึกษาหารือ

30.3 ให้คำแนะนำในการลงทะเบียนเรียนของนักศึกษา การเปลี่ยนรายวิชา  
การเพิ่ม-ถอนรายวิชา การยกเว้นรายวิชา ให้คำปรึกษาและติดตามผลการเรียนของนักศึกษา

30.4 พิจารณาคำร้องต่าง ๆ ของนักศึกษา และดำเนินการให้ถูกต้องตามระเบียบ

30.5 ดูแลความประพฤติของนักศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบวินัยที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ ในกรณีที่นักศึกษากระทำผิดวินัยเป็นหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษาในการดูแลแก้ไข  
หากไม่ปรับปรุงให้ดีขึ้นให้รายงานให้คณบดีทราบ เพื่อพิจารณานำเสนอรองอธิการบดีที่ได้รับมอบหมายพิจารณา

**หมวดที่ 11**

**บททั่วไป**

**ข้อ 31** ให้มหาวิทยาลัยประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอนอย่างน้อยภาคการศึกษาละ  
1 ครั้ง และให้นำผลการประเมินมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอนและพิจารณา  
จัดผู้สอน

**ข้อ 32** ให้มีการวิจัยเพื่อติดตามและประเมินผลหลักสูตรทุก ๆ 5 ปี

**ข้อ 33** ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามข้อบังคับนี้ มีอำนาจสั่งการในการออกระเบียบประกาศหรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับข้อบังคับและเป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาดในกรณีที่มีปัญหาจากการใช้  
ข้อบังคับนี้

ประกาศ ณ วันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2548

******

***พลอากาศเอก***

(วีระ กิจจาทร)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**ภาคผนวก 3**

**ความหมายของเลขรหัสวิชา**

**ความหมายของเลขรหัสวิชา**

1. ระบบรหัสวิชายึดพื้นฐานของระบบรหัสเดิม
2. การจัดหมวดวิชา หมู่วิชา ยึดระบบการจัดหมวดหมู่วิชาของ ISCED

(International Standard Classification Education) เป็นแนวทาง

1. การจัดหมวดวิชาและหมู่วิชา ยึดหลัก 3 ประการ คือ

3.1 ยึดสาระสำคัญ (Concept) ของคำอธิบายรายวิชา

3.2 ยึดฐานกำเนิดของรายวิชา

3.3 อาศัยผู้เชี่ยวชาญ

1. รหัสวิชาประกอบด้วยตัวเลข 7 ตัว

เลข 3 ตัวแรกเป็นหมวดวิชาและหมู่วิชา

เลขตัวที่ 4 บ่งบอกถึงระดับความยากง่ายหรือชั้นปี

เลขตัวที่ 5 บ่งบอกถึงลักษณะเนื้อหาวิชา

เลขตัวที่ 6, 7 บ่งบอกถึงลำดับก่อนหลังของวิชา

7

6

5

4

3

2

1

ลำดับก่อนหลังของวิชา

ลักษณะเนื้อหาวิชา

ระดับความยากง่ายหรือชั้นปี

หมวดวิชาและหมู่วิชา

**ภาคผนวก 4**

**ผังแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้**

**จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

**ผังแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป**

● ความรับผิดชอบหลัก 🞅 ความรับผิดชอบรอง

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **รายวิชา** | **1. คุณธรรม จริยธรรม** | | | | | **2. ความรู้** | | | **3. ทักษะทางปัญญา** | | | **4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล**  **และความรับผิดชอบ** | | | | | | **5. ทักษะ การวิเคราะห์ เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ** | | | |
| **รหัสวิชา** | **ชื่อวิชา** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1500110 | ภาษาไทยเพื่อการสื่อความหมาย | ● | ● | ⭘ | ● | ● | ● | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ |
| 1500111 | ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและทักษะการเรียนรู้ | ● | ● | ● | ⭘ | ● | ● | ● | ● | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ |
| 1500112 | ภาษากับวัฒนธรรม | ● | ● | ● | ⭘ | ● | ● | ● | ● | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ⭘ |
| 2500113 | ความจริงกับการพัฒนาชีวิต | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ |
| 2500114 | สุนทรียภาพเพื่อการพัฒนาตน | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ |
| 2500115 | วิถีไทยสู่วิถีโลก | ● | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● |
| 2500116 | กฎหมายในชีวิตประจำวัน | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ● | ● | ● |
| 4000115 | วิทยาศาสตร์กับดุลยภาพของชีวิต | ● | ● | ⭘ | 🞅 | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ● | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ |
| 4000116 | การแก้ปัญหาเชิงบูรณาการ | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ● | ● | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ | ● |
| 4000117 | เทคโนโลยีกับการพัฒนา | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ● | ● | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ⭘ | ⭘ | ● | ● |

**ผังแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจ**

● ความรับผิดชอบหลัก 🞅 ความรับผิดชอบรอง

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **รายวิชา** | | **1. คุณธรรม จริยธรรม** | | | | | **2. ความรู้** | | | | **3. ทักษะทางปัญญา** | | | | | **4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล**  **และความรับผิดชอบ** | | | | | **5. ทักษะ**  **การวิเคราะห์**  **เชิงตัวเลข**  **การสื่อสาร**  **และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ** | | | |
| **รหัสวิชา** | **ชื่อวิชา** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| **หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1551605 | ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 | ● | ○ | ● | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ● | ○ |
| 1551606 | ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 | ● | ○ | ● | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ● | ○ |
| **กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3504101 | จริยธรรมทางธุรกิจ | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ● | ○ |
| 3504301 | สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ● | ○ | ● | ● | ○ | ● | ● |
| 3521103 | หลักการบัญชี | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ● | ● | ○ |
| 3522204 | การภาษีอากร 1 | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ● | ● | ○ |
| 3524301 | การบัญชีเพื่อการจัดการ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ● | ● | ○ |
| 3521101 | การเงินธุรกิจ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ● | ○ |

**ผังแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจ (ต่อ)**

● ความรับผิดชอบหลัก 🞅 ความรับผิดชอบรอง

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **รายวิชา** | | **1. คุณธรรม จริยธรรม** | | | | | **2. ความรู้** | | | | **3. ทักษะทางปัญญา** | | | | | **4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล**  **และความรับผิดชอบ** | | | | | **5. ทักษะ**  **การวิเคราะห์**  **เชิงตัวเลข**  **การสื่อสาร**  **และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ** | | | |
| **รหัสวิชา** | **ชื่อวิชา** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| **กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3541101 | หลักการตลาด | ● | ○ | ○ | ● | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● |
| 3561101 | องค์การและการจัดการ | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● |
| 3561104 | ยุทธศาสตร์การจัดการ | ○ | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● |
| 3561105 | การเป็นผู้ประกอบการ | ○ | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ● |
| 3562307 | การบริหารการผลิต | ● | ○ | ● | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ● | ● |
| 3562402 | การจัดการทรัพยากรมนุษย์ | ○ | ○ | ● | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ○ | ● | ● | ○ |
| 3563117 | กฎหมายธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ○ |
| 3592110 | หลักเศรษฐศาสตร์ | ● | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ○ |
| 3593311 | การวิเคราะห์เชิงปริมาณ | ● | ○ | ○ | ○ | ○ | ● | ● | ● | ○ | ● | ● | ● | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ○ |

**ผังแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจ (ต่อ)**

● ความรับผิดชอบหลัก 🞅 ความรับผิดชอบรอง

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **รายวิชา** | | **1. คุณธรรม จริยธรรม** | | | | | **2. ความรู้** | | | | **3. ทักษะทางปัญญา** | | | | | **4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล**  **และความรับผิดชอบ** | | | | | **5. ทักษะ**  **การวิเคราะห์**  **เชิงตัวเลข**  **การสื่อสาร**  **และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ** | | | |
| **รหัสวิชา** | **ชื่อวิชา** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| **กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3541302 | การจัดการค้าส่งและค้าปลีก | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● |
| 3542105 | พฤติกรรมผู้บริโภค | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 |
| 3543101 | การบริหารการตลาด | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● |
| 3543103 | กลยุทธ์การตลาด | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● |
| 3544104 | การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● |
| 3544105 | การตลาดโลก | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● |
| 3544901 | สัมมนาทางการตลาด | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● |
| 3544902 | การวิจัยตลาด | ● | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● |

**ผังแสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจ (ต่อ)**

● ความรับผิดชอบหลัก 🞅 ความรับผิดชอบรอง

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **รายวิชา** | | **1. คุณธรรม จริยธรรม** | | | | | **2. ความรู้** | | | | **3. ทักษะทางปัญญา** | | | | | **4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล**  **และความรับผิดชอบ** | | | | | **5. ทักษะ**  **การวิเคราะห์**  **เชิงตัวเลข**  **การสื่อสาร**  **และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ** | | | |
| **รหัสวิชา** | **ชื่อวิชา** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| **กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (เลือก)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3541201 | ระบบสารสนเทศทางการตลาด | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● |
| 3542109 | การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● |
| 3542302 | การจัดการช่องทางการตลาด | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● |
| 3542308 | การจัดการและเทคนิคการขาย | ● | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 |
| 3542403 | การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 |
| 3543104 | การตลาดบริการ | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● |
| 3543106 | การตลาดเพื่อสังคม | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | 🞅 |
| 3543108 | การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 |
| 3543201 | มาตรฐานผลิตภัณฑ์ | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● |
| 3543307 | การจัดการจัดหา | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● |
| 3544102 | การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● |
| 3544903 | ปัญหาพิเศษทางการตลาด | 🞅 | 🞅 | 🞅 | ● | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | ● | ● | ● | 🞅 | ● | 🞅 | 🞅 | ● | ● | 🞅 | ● | ● | 🞅 |

**ภาคผนวก 5**

**ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม**

**ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม**

**1. สถานที่เรียนและอุปกรณ์การสอน**

1.1 สถานที่เรียน

| **ลำดับ** | **รายการและลักษณะเฉพาะ** | **จำนวนที่มีอยู่** | **จำนวนที่คาดว่าจะเพียงพอ** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | ห้องประชุมปรับอากาศ | 2 | - |
| 2 | ห้องเรียนปรับอากาศ | 18 | - |
| 3 | ห้องพักอาจารย์พิเศษ | - | 1 |
| 4 | ห้องบริการคอมพิวเตอร์ | - | 1 |
| 5 | ห้องบริการสืบค้น | - | 1 |
| 6 | ห้องปฏิบัติการทางการตลาด | - | 1 |

1.2 อุปกรณ์การสอน

| **ลำดับ** | **รายการ** | **จำนวนที่มีอยู่** | **จำนวนที่คาดว่าจะเพียงพอ** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | เครื่องคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต | - | 18 |
| 2 | เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะพร้อมจอ | 20 | - |
| 3 | เครื่องรับโทรทัศน์ขนาด 25 นิ้ว | 24 | - |
| 4 | เครื่องบันทึกและฉายวีดิทัศน์ | - | 1 |
| 5 | เครื่องขยายเสียงสำหรับห้องบรรยาย | 18 | - |
| 6 | คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก | 10 | 2 |
| 7 | กล้องดิจิตอล | - | 2 |
| 8 | เครื่องฉาย LCD | - | 1 |
| 9 | เครื่องเล่น DVD | - | 1 |

**2. ห้องสมุด**

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จะมีเอกสาร ตำรา และหนังสือที่เกี่ยวข้องตามความต้องการของสาขาวิชา ซึ่งนักศึกษาทุกคนสามารถเข้าไปใช้บริการได้

**3. เอกสารและตำราเรียน**

3.1 หนังสือและตำราเรียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

| **ลำดับ** | **ชื่อหนังสือ / ชื่อผู้แต่ง / ปี พ.ศ.** | **จำนวนที่มีอยู่** | **จำนวน**  **ที่ต้องการเพิ่ม** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | กลยุทธ์แข่งขันทางการตลาด / ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร / 2547 | 6 | 2 |
| 2 | การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลการวิจัยตลาด /  เกศสิริ ปั้นธุระ / 2548 | 1 | 4 |
| 3 | การตลาดบริการ / ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ / 2548 | 3 | 2 |
| 4 | หลักการตลาด / สมบูรณ์ ขันธิโชติ / 2547 | 2 | 3 |
| 5 | กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ = Customer  relationship management /  ภาณุ ลิมมานนท์ / 2548 | 2 | 3 |
| 6 | การจัดการช่องทางการตลาด = Marketing channels  management / ยุพิน พิทยาวัฒนชัย / 2550 | 2 | 3 |
| 7 | การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ = Product  management / รณชัย ตันตระกูล / 2550 | 2 | 3 |
| 8 | การสื่อสารทางการตลาด / สิทธิ์ ธีรสรณ์ / 2551 | 3 | 2 |
| 9 | หลักการตลาด = Principle of marketing /  วิทวัส รุ่งเรืองผล / 2552 | 3 | 2 |
| 10 | การตลาดระหว่างประเทศ = International marketing  / สุดาพร กุณฑลบุตร / 2547 | 4 | 1 |
| 11 | การวิจัยตลาด = Marketing rearch / สรชัย พิศาลบุตร  / 2551 | 2 | 3 |
| 12 | หลักการตลาด = Principles of marketing /  สมใจ บุญทานนท์ / 2552 | 3 | 2 |
| 13 | การวิจัยการตลาด = Marketing research /  พิมพา หิรัญกิตติ / 2552 | 2 | 3 |
| 14 | การวิจัยการตลาด = Marketing research /  โดนัลด์ อาร์. คูเปอร์ และ ไซด์เลอร์,  พามีลา เอส ไซด์เลอร์ เขียน ;  แปลโดย เอกชัย อภิศักดิ และ จตุพร เลิสล้ำ /2553 | 2 | 3 |
| 15 | การจัดการจำหน่าย = Place management /  นพมาศ สุวชาติ / 2552 | 4 | 1 |
| 16 | การบริหารการตลาด / เสาวลักษณ์ ชาญเชี่ยว / 2553 | 1 | 4 |
| 17 | การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อโครงการการตลาด = Feasibility study in marketing project /  อุดม สายะพันธู์ / 2553 | 1 | 4 |
| 18 | ยุทธศาสตร์การตลาด : ทฤษฏีและภาคปฏิบัติ /  มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา /2553 | 2 | 3 |
| 19 | วิธีเขียนแผนการตลาด = Writing a marketing plan /  กานต์สุดา มาฆะศิรานนท์ และวีรวุธ มาฆะศิรานนท์ / 2554 | 2 | 3 |
| 20 | พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด = Consumer  behavior in marketing / ธงชัย สันติวงษ์ / 2549 | 3 | 2 |
| 21 | พฤติกรรมผู้บริโภค / ชูชัย สมิทธิไกร / 2553 | 2 | 3 |
| 22 | กลยุทธ์การตลาด / นภวรรณ คณานุรักษ์ / 2554 | 1 | 4 |
| 23 | กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน / ปณิศา มีจินดา  และคณะ / 2554 | 1 | 4 |
| 24 | การสื่อสารการตลาด / นชกฤต วันต๊ะเมล์ / 2555 | 1 | 4 |
| 25 | การหาข้อมูลทางการตลาด / สุนี เลิศแสวงกิจ และคณะ  / 2555 | 1 | 4 |
| 26 | E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ /  อิทธิรัตน์ รัตนพองบู่ / 2555 | 1 | 4 |
| 27 | การตลาดขั้นเทพ / Robert Imbriale / 2555 | 1 | 4 |
| 28 | วิธีเขียนแผนการตลาด / กานต์สุดา มาฆะศิรานนท์ /  2554 | 1 | 4 |
| 29 | การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media /  ภิเษก ชัยนิรันดร์ / 2553 | 1 | 4 |
| 30 | การตลาดสำหรับภาครัฐ / Philip Kotler,  ณัฐยา สินตระการผล และคณะ ผู้แปล / 2553 | 1 | 4 |
| 31 | Strategic marketing planning / Colin Gilligan and  Richard M. S. Wilson / 2009 | 1 | 1 |
| 32 | Consumer behaviour in sport and events : marketing action / Daniel C. Funk / 2008 | 1 | 1 |
| 33 | Integration marketing : how small businesses  become big businesses and big  businesses become empires /  Mark Joyne / 2009 | 1 | 1 |
| 34 | Professional services marketing : how the best  firms build premier brands, thriving lead  generation engines,and cultures  of business development success /  Mike Schultz and John E. Doerr / 2009 | 1 | 1 |
| 35 | Principles of marketing / Philip Kotler and  Gary Armstrong / 2010 | 1 | 1 |
| 36 | Handbook of marketing research methodologies  for hospitality and tourism /  Ronald Nykiel / 2009 | 1 | 1 |
| 37 | Marketing management : a decision - making  approach / Pingali Venugopal / 2010 | 1 | 1 |
| 38 | Marketing theory : foundations, controversy,  strategy, resource-advantage theory /  Shelby D. Hunt / 2010 | 1 | 1 |
| 39 | Advertising, promotion, and supplemental  aspects of integrated marketing  communications / Terence A. Shimp / 2003 | 1 | 1 |
| 40 | Advertising and promotion : an integrated  marketing communications approach /  Chris Hackley / 2010 | 1 | 1 |
| 41 | English for sales and purchasing /  Lothar Gutjahr andSean Mahoney / 2010 | 4 | 1 |
| 42 | Marketing Strategy : A Decision-Focused  Approach (IE) / Walker, O.C. / 2010 | 1 | 1 |
| 43 | Business Marketing Management : B2B /  Hutt, M. D. / 2012 | 1 | 1 |
| 44 | Green Marketing Management /  Robert Dahlstrom / 2011 | 1 | 1 |
| 45 | Consumer Behavior and Marketing Strategy /  Petter / 2010 | 1 | 1 |
| 46 | International Marketing / Philip Caterora,  Mary Gilly and John Graham / 2010 | 1 | 1 |
| 47 | Marketing : An Introduction (11th ed.). /  Gary Armstrong and Philip Kotter / 2012 | 1 | 1 |
| 48 | Framework for Marketing Management (5th ed.)  / Philip Kotler, Kevin Keller / 2011 | 1 | 1 |
| 49 | Consumer Behavior (10th ed.). /  Leon Schiffman, Leslie Kanuk / 2009 | 1 | 1 |
| 50 | Contemporay Logistics (10th ed.). /  Paul R. Murphy Jr. and Donald Wood / 2010 | 1 | 1 |
| 51 | Marketing Management (13th ed.). /  Philip Kotler, Kevin Lane / 2008 | 1 | 1 |
| 52 | Marketing Research (6th ed.). /  Alvin C. Burns, Ronald F. Bush / 2009 | 1 | 1 |
| 53 | Advertising and Integrated Brand Promotion /  Thomas O’Guinn, Chris Allen and  Richard J. Semenik / 2011 | 1 | 1 |

**ภาคผนวก 6**

**คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจ**

[](http://www.google.co.th/imgres?imgurl=http://www.matichon.co.th/online/2012/01/13255722211325572272l.jpg&imgrefurl=http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1325572221&grpid=03&catid=03&h=600&w=576&sz=84&tbnid=t33rZppfsll1HM:&tbnh=91&tbnw=87&prev=/search?q=%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%91&tbm=isch&tbo=u&zoom=1&q=%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%91&usg=__nGB4V5CC5PDaedba8IypmYCCqQ4=&docid=b5sYU8mfwAJ_VM&sa=X&ei=Q_HlUYyUGYmDiQeNhIHQBA&ved=0CCcQ9QEwAQ&dur=94)

**คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**

**ที่ ๓๐๑๒/๒๕๕๓**

**เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต**

------------------------------

ด้วยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และสาขาวิชาการตลาด เพื่อให้หลักสูตรดังกล่าวเกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ดังนั้นคณะวิทยาการจัดการจึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ดังนี้

**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป**

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พอตา วุฒิพรชัย ประธานกรรมการ

๒. เรือโท ดร.ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)

๓. ดร.ดิเรก ธรรมารักษ์ กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)

๔. อาจารย์รัตติกร จิตรไกรสร กรรมการ

๕. อาจารย์วรวลัญช์ วุฒิ กรรมการและเลขานุการ

**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์**

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลลดา พึงรำพรรณ ประธานกรรมการ

๒. เรือโท ดร.ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)

๓. ดร.ดิเรก ธรรมารักษ์ กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)

๔. รองศาสตราจารย์ยงยุทธ เกษสาคร กรรมการ

๕. อาจารย์มณภร มนุญศาสตรสาทร กรรมการและเลขานุการ

**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด**

๑. ดร.สุรางค์รัตน์ แสงศรี ประธานกรรมการ

๒. รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนติยัง กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)

๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชิต อู่อ้น กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)

๔. คุณสุชัย ศรีพงษ์พันธุ์ กรรมการ

(ตัวแทนจากสถานประกอบการ)

๕. ดร.ชัชสรัญ รอดยิ้ม กรรมการและเลขานุการ

- ๒ -

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๑๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๓

สั่ง ณ วันที่ ๒๒ กันยายน พ.ศ. ๒๕๕๓



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กัลยา แสงเรือง)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและบริการวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**ภาคผนวก 7**

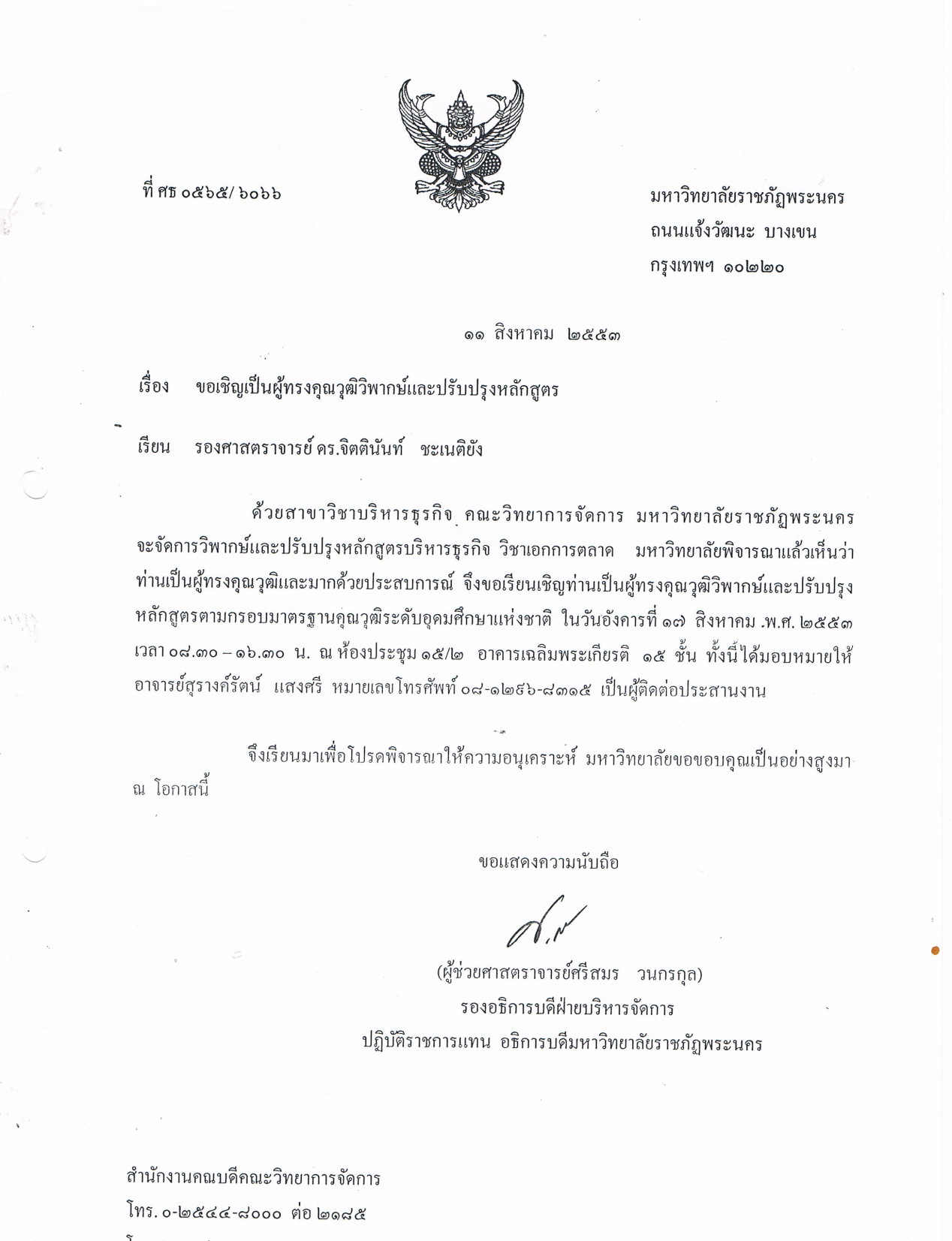
**ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมกับหลักสูตรปรับปรุง**

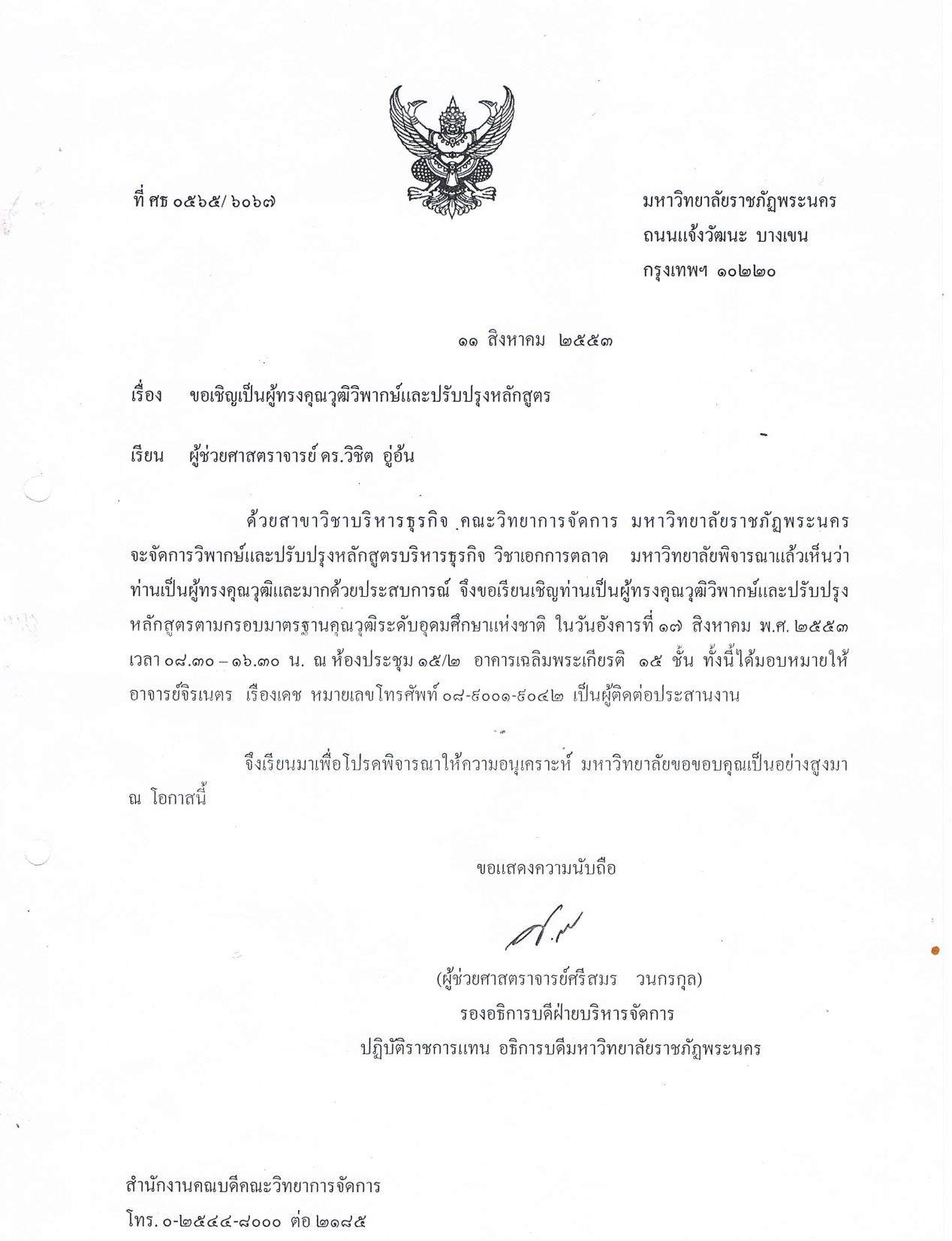
**ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมกับหลักสูตรปรับปรุง**

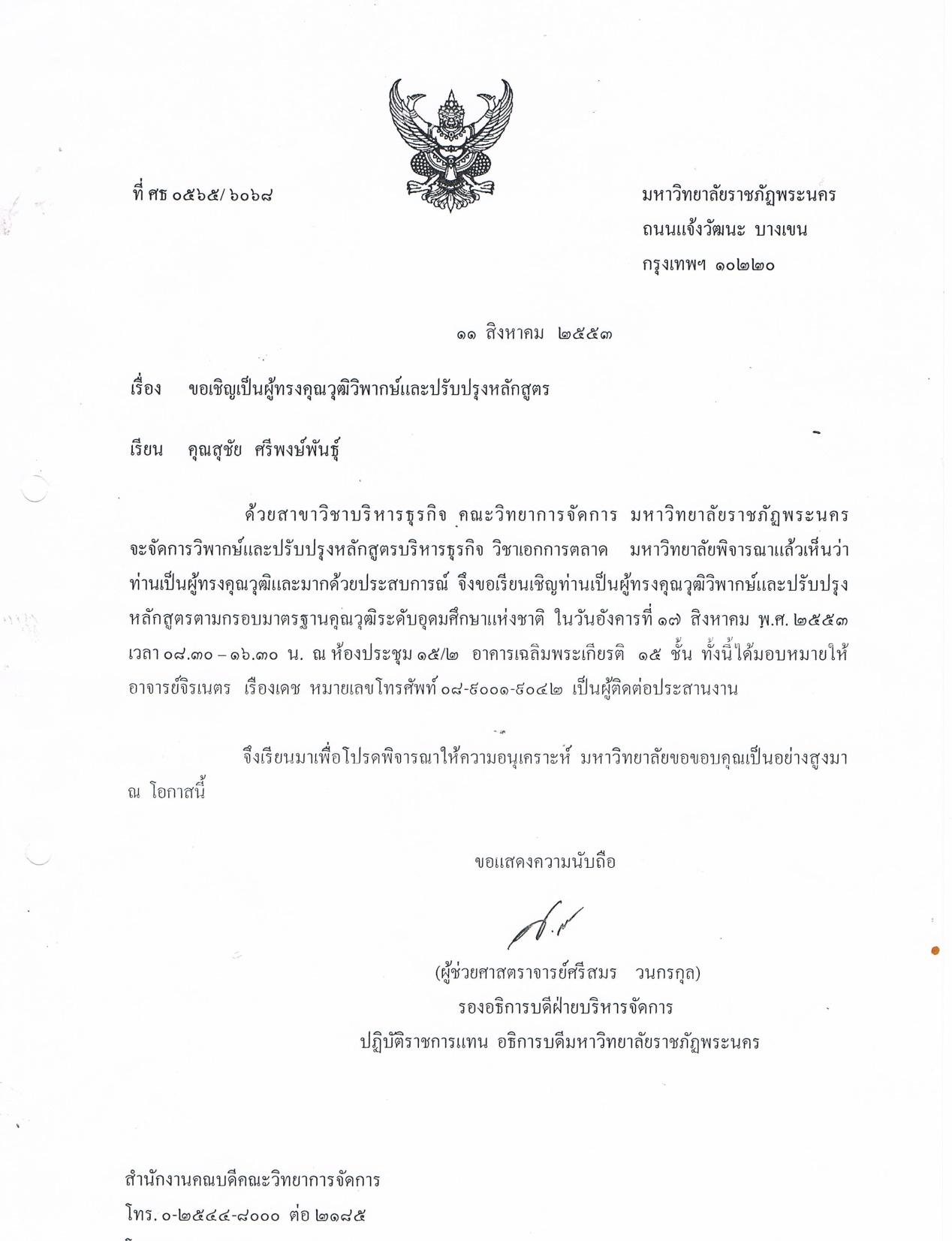
| **ประเด็น** | **หลักสูตรเดิม 2549** | **หลักสูตรปรับปรุง 2556** | **หมายเหตุ** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.ชื่อหลักสูตร | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต | แตกต่าง |
|  | สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ | สาขาวิชาการตลาด |  |
|  | Bachelor of Business  Administration Program in  Business Administration | Bachelor of Business  Administration Program in  Marketing |  |
| 2.ชื่อปริญญา | บริหารธุรกิจบัณฑิต  (การบริหารธุรกิจ)  บธ.บ. (การบริหารธุรกิจ)  Bachelor of Business Administration  (Business Administration)  B.B.A. (Business Administration) | บริหารธุรกิจบัณฑิต  (การตลาด)  บธ.บ. (การตลาด)  Bachelor of Business Administration (Marketing)  B.B.A. ( Marketing) | แตกต่าง |
| 3.วัตถุประสงค์ | เน้นความสามารถในการบริหารธุรกิจระดับวิชาชีพ | 1.เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้  ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการตลาดสมัยใหม่  2.เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ  ในวิชาชีพทางการตลาด  3.เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาดโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ  และสามารถสื่อสารได้กับบุคคล  และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ | แตกต่าง |
| 4.จำนวน  หน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร | 133 หน่วยกิต | 130 หน่วยกิต | แตกต่าง |
| 5.การจัดการเรียนการสอน  5.1หมวดวิชา  ศึกษาทั่วไป | 33 หน่วยกิต  กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร  9 หน่วยกิต  -ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร  -ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร  -ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร  ผ่านสื่อ  กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์  6 หน่วยกิต  -ความจริงของชีวิต  -ความซาบซึ้งทางสุนทรียภาพ  -มนุษย์กับการพัฒนาตน  กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์  6 หน่วยกิต  -วิถีไทย  -วิถีโลก  กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์  และเทคโนโลยี 12 หน่วยกิต  -มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม  -การคิดและการตัดสินใจ  -เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต  -วิทยาศาสตร์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิต  -วิทยาศาสตร์สุขภาพและการออกกำลังกาย | 30 หน่วยกิต  กลุ่มวิชาภาษา  9 หน่วยกิต  -ภาษาไทยเพื่อการสื่อความหมาย  -ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและทักษะการเรียนรู้  -ภาษากับวัฒนธรรม  กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 6 หน่วยกิต  -ความจริงกับการพัฒนาชีวิต  -สุนทรียภาพเพื่อการพัฒนาตน  -วิถีไทยสู่สังคมโลก  -กฎหมายในชีวิตประจำวัน  กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 9 หน่วยกิต  -วิทยาศาสตร์กับดุลยภาพของชีวิต  -การแก้ปัญหาเชิงบูรณาการ  -เทคโนโลยีกับการพัฒนา | ปรับตามแผนการเรียนของสำนัก  ส่งเสริมวิชาการ |
| 5.2 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ  5.2.1รายวิชา  ที่คงเดิม | -หลักการตลาด  -การบัญชีเพื่อการจัดการ  -การเงินธุรกิจ  -การบริหารทรัพยากรมนุษย์  -การเป็นผู้ประกอบการ  -การบริหารการผลิต  -สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ  -จริยธรรมทางธุรกิจ  -ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ | -หลักการตลาด  -การบัญชีเพื่อการจัดการ  -การเงินธุรกิจ  -การจัดการทรัพยากรมนุษย์  -การเป็นผู้ประกอบการ  -การบริหารการผลิต  -สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ  -จริยธรรมทางธุรกิจ  -ยุทธศาสตร์การจัดการ | เป็นรายวิชาพื้นฐานที่มี  ความสำคัญและเหมาะสมต่อวิชาชีพ  จึงคงไว้ |
| 5.2.2รายวิชา  ที่ปรับปรุง | -การบัญชี 1 และการบัญชี 2  -การภาษีอากรธุรกิจ  -เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1  และเศรษฐศาสตร์มหภาค 1 | -หลักการบัญชี  -การภาษีอากร 1  -หลักเศรษฐศาสตร์ | ปรับปรุงให้เหมาะสมกับหลักสูตร |
| 5.2.3รายวิชา  ที่เพิ่มเติม |  | -การวิเคราะห์เชิงปริมาณ  -องค์การและการจัดการ  -กฎหมายธุรกิจสำหรับ  ผู้ประกอบการ | เป็นรายวิชาที่มีความสำคัญ ต่อวิชาชีพ |
| 6.กลุ่มวิชา  เฉพาะด้าน |  |  |  |
| 6.1วิชาบังคับ | -พฤติกรรมผู้บริโภค  -การบริหารการขาย  -สื่อสารทางการตลาด  -การตลาดบริการ  -การตลาดระหว่างประเทศ  -สัมมนาทางการตลาด  -การวิจัยตลาด | -พฤติกรรมผู้บริโภค  **-การบริหารการตลาด**  -**กลยุทธ์การตลาด**  **-การจัดการค้าส่งและค้าปลีก**  -**การจัดการลูกค้าสัมพันธ์**  -**การตลาดโลก**  -สัมมนาทางการตลาด  -การวิจัยตลาด | แตกต่าง |
| 6.2วิชาเลือก | -การขายส่งและการขายปลีก  -นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา  -การตลาดเกษตรและสหกรณ์  -การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย  -การบริหารการจัดส่งสินค้า  -ศิลปะการขาย  -การตลาดทางตรง  -การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย  -กลยุทธ์การตลาด  -การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม  -การตลาดเพื่อสังคม  -การมาตรฐานผลิตภัณฑ์  -การจัดการจัดหา  -การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด  -การจัดการลูกค้าสัมพันธ์  -การพยากรณ์ยอดขาย  -ปัญหาพิเศษทางการตลาด  -การประกอบการธุรกิจชุมชน  -โปรแกรมสำเร็จรูปและ  การประยุกต์ใช้งาน | **-การตลาดบริการ**  -การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา  -การจัดการช่องทางการตลาด  -การตลาดเพื่อสังคม  -มาตรฐานผลิตภัณฑ์  -การจัดการจัดหา  -การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด  -ปัญหาพิเศษทางการตลาด  -**การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ**  -**การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ**  -**ระบบสารสนเทศการตลาด**  -**การจัดการและเทคนิคการขาย** | แตกต่าง |
| 7.กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ | -การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพบริหารธุรกิจ 3  -การฝึกประสบการณ์วิชาชีพบริหารธุรกิจ 3 | -การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด  -การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ  ทางการตลาด | ปรับให้เหมาะสมกับรายวิชา |

**ภาคผนวก 7**

**หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์และปรับปรุงหลักสูตร**







**ภาคผนวก 9**

**ตารางการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร**

**ตารางการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร**

| **ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ**  **ของกรรมการวิพากษ์หลักสูตร** | **การปรับปรุงแก้ไข** |
| --- | --- |
| 1. วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค  1. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง  2. สามารถนำมาประยุกต์กับกรณีศึกษา | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว ดังนี้  1. เพิ่มการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง  2. สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับสภาพทางการตลาดในปัจจุบัน |
| 2. วิชากลยุทธ์การตลาด  ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ๆ ที่ใช้ในปัจจุบัน | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  โดยเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ปัจจุบัน |
| 3. วิชาการวิจัยตลาด  หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  โดยเพิ่มการใช้สถิติสำหรับการวิจัย |
| 4. วิชาสัมมนาทางการตลาด  1. ควรเพิ่มหัวข้ออภิปรายทางการตลาด  2. ต้องสามารถนำไปแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้  3. ให้เน้นผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  1. เพิ่มอภิปรายทางการตลาด  2. เพิ่มการแก้ปัญหาทางการตลาด  3. สามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาทางการตลาดที่เกิดขึ้นได้ |
| 5. วิชาการจัดการลูกค้าสัมพันธ์  1. เพิ่มกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์  2. เน้นการประยุกต์ใช้ | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  1. เพิ่มกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์  2. เพิ่มการประยุกต์ใช้ได้กับการตลาด เชิงความสัมพันธ์ |
| 6. วิชาการตลาดระหว่างประเทศ  1. เสนอให้เปลี่ยนชื่อวิชาเป็น การตลาดโลก (Global Marketing)  2. เนื้อหาเป็นลักษณะของข้อมูลแบบไร้พรมแดน | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  1. เปลี่ยนชื่อจากเดิม การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing) เป็นการตลาดโลก (Global Marketing)  2. เพิ่มเน้นเป็นภาพรวมการจัดการตลาดโลก |
| 7. วิชาการตลาดบริการ  1. ควรเพิ่มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ  2. ควรเพิ่มรายละเอียดของบุคลากร กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  1. เพิ่มประเภทของผู้บริโภคในตลาดบริการ  2. เพิ่มรายละเอียดของบุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ |
|  |  |
| 8. วิชาการจัดการค้าส่งและค้าปลีก  ควรเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  เพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและสมาชิก ในช่องทางการจัดจำหน่าย |
| 9. วิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา  ควรเน้นตราสินค้า | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  เพิ่มกระบวนการสร้างคุณค่าของตราสินค้า |
| 10. วิชาการสื่อสารทางการตลาด  ควรเปลี่ยนชื่อวิชา | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  เปลี่ยนชื่อวิชาเป็น การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ |
| 11. วิชาการจัดการและเทคนิคการขาย  ควรเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กร | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  เพิ่มเรื่องการสรรหาพนักงานขาย การคัดเลือกและพัฒนาพนักงาน การจูงใจ การจ่ายค่าตอบแทน การประเมินผลงานของพนักงานขาย |
| 12. วิชาโปรแกรมสำเร็จรูปและการประยุกต์ใช้งาน  1. เปลี่ยนชื่อวิชาใหม่เป็นระบบสารสนเทศทางการตลาด (Marketing Information System)  2. ควรเพิ่มการจัดการฐานข้อมูลสู่กระบวนสารสนเทศทางการตลาด | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  1. เปลี่ยนชื่อเป็น ระบบสารสนเทศทางการตลาด (Marketing Information System)  2. เพิ่มการจัดการฐานข้อมูลสู่กระบวนสารสนเทศทางการตลาด |
| 13. วิชาการตลาดเพื่อสังคม  ควรเน้นภาพลักษณ์ขององค์กร | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  เพิ่มรายละเอียดภาพลักษณ์ขององค์กรและ นำปัญหาของสังคมมาทำการตลาด และสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ |
| 14. วิชาการจัดการจัดหา  ควรเพิ่มเทคนิคการเจรจาต่อรอง | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  เพิ่มการเจรจาต่อรอง |
| 15. วิชาการประกอบธุรกิจชุมชน (Entrepreneurial Marketing)  ควรเปลี่ยนชื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาจากเดิม การประกอบการธุรกิจชุมชนเป็นการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  เปลี่ยนชื่อวิชาเป็นการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Marketing) |
|  |  |
| 16. วิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด  ควรเน้นการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการตัดสินใจ | ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรแล้ว  เพิ่มการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการตัดสินใจ |

**ภาคผนวก 10**

**ตารางการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของสภาวิชาการ**

**ตารางการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการสภาวิชาการ**

| **ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ**  **ของกรรมการสภาวิชาการ** | **การปรับปรุงแก้ไข** |
| --- | --- |
| 1. ปรัชญาหลักสูตร ควรปรับให้สั้น ได้ใจความ  ตามปรัชญาของคณะ | แก้ไขเป็น “มีความรู้ คู่คุณธรรม ผู้นำการตลาด” |
| 2. แก้ไขหมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไปในหัวข้อ 11.1  การพัฒนาทางเศรษฐกิจและหัวข้อ 12.1  การพัฒนาหลักสูตร | แก้ไขดังนี้  11.1 แก้ไขเป็น “ตามที่สภาวะเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของโลกเปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบ ต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของประเทศ จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตร ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น”  12.1 แก้ไขเป็น “จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นผลให้ต้องมีการพัฒนาหลักสูตรเพื่อสร้างนักการตลาด ให้สามารถปรับตัวในการปฏิบัติงานด้านการตลาด ที่สามารถตอบสนองในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ” |
| 3. แก้ไขชื่อวิชาที่เป็นชื่อภาษาไทยและ  ชื่อภาษาอังกฤษให้ถูกต้อง | แก้ไขชื่อวิชาภาษาไทยและชื่อภาษาอังกฤษ ดังนี้  1. แก้ไขชื่อวิชาจาก “Wholesaling & Retailing Management” เป็น “Wholesaling and Retailing Management”  2. แก้ไขชื่อวิชาจาก “Product and Price  Management” เป็น “Product and Pricing  Management”  3. แก้ไขชื่อวิชาจาก “Sales Management  and Selling” เป็น “Selling Management and Technique”  4. แก้ไขชื่อวิชาจาก “Community Business”  เป็น “Marketing for Entrepreneur”  5. แก้ไขชื่อวิชาจาก “Producing Standard”  เป็น “Product Standard”  6. แก้ไขชื่อวิชาจาก “การบริหารช่องทาง  การกระจายสินค้า” เป็น “การจัดการช่องทางการตลาด” |
| 4. แก้ไขจำนวนชั่วโมงรายวิชาการฝึก  ประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด | แก้ไขจำนวนชั่วโมงจาก “5(350)” เป็น “5(450)” |
|  |  |
|  |  |
| 5. กำหนดเนื้อหารายวิชาที่รองรับการเข้าสู่  ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน | แก้ไขโดยเพิ่มคำอธิบายรายวิชาการตลาดโลก โดยเพิ่มคำว่า “รวมทั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” |

**ภาคผนวก 11**

**ตารางการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการดำเนินงาน**

**ของสภามหาวิทยาลัย ฝ่ายกลั่นกรองหลักสูตร**

**ตารางการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการดำเนินงาน**

**ของสภามหาวิทยาลัย ฝ่ายกลั่นกรองหลักสูตร**

| **ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะของกรรมการดำเนินงานของสภามหาวิทยาลัย**  **ฝ่ายกลั่นกรองหลักสูตร** | **การปรับปรุงแก้ไข** |
| --- | --- |
| 1. แก้ไข  หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป  8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา  8.6 นักออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรตัดออก ให้ตรงตามสาขาวิชา | แก้ไขดังนี้  หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป  8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา  8.6 ตัด นักออกแบบผลิตภัณฑ์ ออก |
| 2. แก้ไข  หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร  1.1 ปรัชญา ควรปรับให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร | แก้ไขเป็น  “สรรค์สร้างองค์ความรู้ ควบคู่จรรยาบรรณ ก้าวทันการตลาด” |
| 3. แก้ไข  หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร  1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร  1.3.1 ควรแก้ไขคำว่า “ที่มี” เป็นคำว่า “ให้มี” และเพิ่มคำว่า “สมัยใหม่”  1.3.3 ควรเพิ่มคำว่า “ทางการตลาด” | แก้ไขดังนี้  1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร  1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการตลาดสมัยใหม่  1.3.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะ ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถสื่อสารได้กับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ  1.3.3 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพทางการตลาด |
| 4. แก้ไข  หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา  การดำเนินการและโครงสร้างของหลักสูตร  2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา  2.2.4 ควรเพิ่มไม่เป็นคนวิกลจริต | แก้ไขโดยเพิ่ม  2.2.4 ไม่เป็นคนวิกลจริตและไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคที่เป็นอุปสรรคต่อการศึกษา |
| 5. แก้ไข  2.2) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ  ชื่อวิชาภาษาไทย ยุทธศาสตร์การบริหารการจัดการ ให้ถูกต้อง โดยตัดคำว่า “การบริหาร” | แก้ไขดังนี้  2.2) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ  แก้ไขชื่อวิชาภาษาไทยจาก “ยุทธศาสตร์การบริหารการจัดการ” เป็น “ยุทธศาสตร์ การจัดการ” |
|  |  |
| 6. แก้ไข  2.3) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน  2.3.1 บังคับ  แก้ไขวิชา การตลาดบริการ เป็นวิชา  การจัดการค้าส่งและค้าปลีก  2.3.2 เลือก  แก้ไขวิชา การจัดการค้าส่งและค้าปลีก  เป็นวิชา การตลาดบริการ  ควรปรับรายวิชาให้มีความทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ทางการตลาด | แก้ไขดังนี้  2.3) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน  2.3.1 บังคับ  แก้ไขเป็นวิชาการจัดการค้าส่งและ ค้าปลีก กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)  2.3.2 เลือก  แก้ไขเป็นวิชาการตลาดบริการ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน (เลือก) |
| 7. แก้ไขชื่อวิชาภาษาอังกฤษให้ถูกต้อง | แก้ไขชื่อวิชาภาษาอังกฤษ ดังนี้  1. แก้ไขชื่อวิชาจาก “Wholesaling and Retailing Management” เป็น “Wholesale and Retail Management”  2. แก้ไขชื่อวิชาจาก “Product and Pricing Management” เป็น “Product and Price Management”  3. แก้ไขชื่อวิชาจาก “Marketing Channels Management” เป็น “Marketing Channel Management”  4. แก้ไขชื่อวิชาจาก “Selling Management and Technique” เป็น “Sale Management and Techniques” |
| 8. แก้ไขชื่อวิชาที่เป็นชื่อภาษาไทยให้ถูกต้อง | แก้ไขชื่อวิชาภาษาไทยดังนี้  1. แก้ไขชื่อวิชาจาก “การจัดการการขายและเทคนิคการขาย” เป็น “การจัดการและเทคนิคการขาย”  2. แก้ไขชื่อวิชาจาก “การมาตรฐานผลิตภัณฑ์” เป็น “มาตรฐานผลิตภัณฑ์” |
| 9. แก้ไขคำอธิบายรายวิชาสัมมนาทางการตลาดให้มีความเหมาะสม | แก้ไขคำอธิบายรายวิชาสัมมนาทางการตลาดเป็น “ศึกษาสภาพและปัญหาทางการตลาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคตมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์การแก้ปัญหาและการตัดสินใจในรูปแบบการสัมมนา" |
|  |  |
| 10. แก้ไขคำอธิบายรายวิชาการวิจัยตลาด | แก้ไขคำอธิบายรายวิชาการวิจัยตลาด ดังนี้  การตีความข้อมูล แก้เป็น การแปลความหมายข้อมูล |
| 11. แก้ไขคำอธิบายรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด  1. ควรแก้ไขโดยเพิ่มเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด  2. ควรแก้ไข เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด | แก้ไขคำอธิบายรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด ดังนี้  1. แก้ไขโดยเพิ่ม คำว่า “ทางการตลาด”  2. แก้ไขเป็น “เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด” |

**ภาคผนวก 12**

**ตารางการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของสภามหาวิทยาลัย**

**ตารางการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการสภามหาวิทยาลัย**

| **ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ**  **ของกรรมการสภามหาวิทยาลัย** | **การปรับปรุงแก้ไข** |
| --- | --- |
| 1. ควรเพิ่มข้อมูลเนื้อหาแนวคิดเรื่องการตลาด สีเขียว (Green Marketing) ที่เชื่อมโยงสู่เศรษฐกิจสีเขียวหรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | แก้ไขโดยเพิ่มคำอธิบายรายวิชาการตลาดโลกและคำอธิบายรายวิชาการตลาดเพื่อสังคม โดยเพิ่มคำว่า “การตลาดสีเขียว” |
| 2. ตรวจสอบรายวิชาการบริหารการผลิต  เน้นความเป็นสีเขียว (Green) และห่วงโซ่ การผลิต | แก้ไขคำอธิบายรายวิชาการบริหารการผลิต โดยเน้นความเป็นสีเขียว (Green) และห่วงโซ่ การผลิต |