



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559)

คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

## สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2	ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร	7
หมวดที่ 3	ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างหลักสูตร	10
หมวดที่ 4	ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล	33
หมวดที่ 5	หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	47
หมวดที่ 6	การพัฒนาคณาจารย์	50
หมวดที่ 7	การประกันคุณภาพ	52
หมวดที่ 8	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร	57
ภาคผนวก ก	คำอธิบายรายวิชา	58
	(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	59
	(2) หมวดวิชาเฉพาะ	75
ภาคผนวก ข	ตารางเปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2555 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559	93
ภาคผนวก ค	ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ และคำสั่งต่างๆ	138
	(1) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ว่าด้วยการจัดการศึกษา ระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554	139
	(2) ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ว่าด้วยการประเมินผล การศึกษา ระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ. 2548	142
	(3) ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ว่าด้วยการโอนผลการเรียนและ การยกเว้นการเรียนรายวิชาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ. 2550	148
	(4) คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ที่ 190/2559 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด	152
	(5) คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ที่ 227/2559 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด	154
	(6) คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ที่ 239/2559 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด	156
ภาคผนวก ง	ภาระงานสอนและผลงานทางวิชาการอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	158

## รายละเอียดของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559

---

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

คณะ/ สาขาวิชา คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ

Bachelor of Business Administration Program in Marketing

#### 2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ไทย)

บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อ (ไทย)

บธ.บ. (การตลาด)

ชื่อเต็ม (อังกฤษ)

Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ (อังกฤษ)

BB.A. (Marketing)

#### 3. วิชาเอก (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต

#### 5. รูปแบบของหลักสูตร

##### 5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

##### 5.2 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

##### 5.3 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทยหรือนักศึกษาต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาไทยได้

##### 5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

ไม่มี

## 5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

## 6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

6.1 เป็นหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559 ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555)

6.2 เริ่มใช้หลักสูตร ภาคการศึกษา 1 ปีการศึกษา 2559 เป็นต้นไป

6.3 คณะกรรมการประจำคณะ ได้ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในการประชุม ครั้งที่ 1/2559 วันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2559

6.4 สภาวิชาการ ได้ให้ความเห็นชอบหลักสูตร เพื่อนำเสนอสภามหาวิทยาลัยอนุมัติในการประชุม ครั้งที่ 4/2559 วันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2559

6.5 สภามหาวิทยาลัย เห็นชอบอนุมัติหลักสูตรในการประชุม ครั้งที่ 4/2559 วันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2559

## 7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรมีความพร้อมในการเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐานตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ในปีการศึกษา พ.ศ. 2561

## 8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- 1) นักการตลาด
- 2) นักวิจัยการตลาด
- 3) นักวิชาการ
- 4) นักโฆษณา
- 5) นักประชาสัมพันธ์
- 6) เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป เจ้าหน้าที่ธุรการ  
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ในองค์กรภาครัฐและบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 7) พนักงานในสถาบันการเงิน
- 8) ประกอบอาชีพอิสระ

## 9. ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จ
1	นายจิระ ประสพธรรม	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) ศศ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกริก สถาบันราชภัฏ เทพสตรี	2553 2543
2	นายชูเกียรติ เนื้อไม้	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) ค.บ.(เทคโนโลยี การวัดคุมทาง อุตสาหกรรม)	มหาวิทยาลัย รามคำแหง สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	2551 2547

## 10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

## 11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

### 11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพของคนทางด้านการศึกษา ซึ่งกำหนดทิศทางการพัฒนาการศึกษาในช่วง พ.ศ. 2560–2564 โดยกำหนดให้มีการปรับหลักสูตรและผลิตกำลังคนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งปัจจุบันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน นวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ได้ประยุกต์ใช้อินเตอร์เน็ตมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง ดังนั้นการจัดการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการก้าวสู่อาชีพต่าง ๆ เพื่อรองรับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า

### 11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

การวางแผนหลักสูตรที่จำเป็นจะต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม และวัฒนธรรม เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกันมีวัฒนธรรมต่างกัน ความต้องการในสินค้าและบริการก็ย่อมที่จะแตกต่างกัน ดังนั้นการวางแผนหลักสูตร จึงต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ การสร้างระบบ และกลไกการเรียนการสอนที่มีการบูรณาการระหว่าง การให้บริการวิชาการกับการเรียนการสอน และการวิจัย เป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้สถานการณ์การเรียนการสอน มีการพัฒนา และทันต่อสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนบรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพ

โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระดับโลกและในระดับประเทศ ส่งผลต่อการพัฒนา ซึ่งอาจเป็นโอกาสหรืออุปสรรค ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมให้แก่คน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศ ให้มีภูมิคุ้มกันได้อย่างเหมาะสม สามารถพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าต่อไป เพื่อประโยชน์สุขของสังคม ของคนในชาติ ให้มี มั่งมี มั่นคง และยั่งยืน ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ทักษะความรู้ ความสามารถทางการตลาด จะเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศไทยในประชาคมอาเซียน

## **12. ผลกระทบจากข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร**

### **12.1 การพัฒนาหลักสูตร**

สภากรรมการแข่งขัน และเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันแสดงให้เห็นถึงความต้องการกำลังคนที่มีศักยภาพทางการตลาด เพราะการตลาดเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่สำคัญที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล องค์กร การตลาดสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย สามารถพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อการพัฒนาท้องถิ่นและประเทศ

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมของโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ นักศึกษามีความพร้อม ทั้งด้านความรู้ ทักษะกระบวนการในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการตัดสินใจ รวมทั้งมีคุณธรรม และความรับผิดชอบต่อธุรกิจและสังคม เพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและสังคม โดยการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย มีการนำความรู้จากการวิจัย และกรณีศึกษามาใช้ประกอบการศึกษาและประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ

### **12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน**

สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยและคณะวิทยาการจัดการ ดังนี้

1. สอดคล้องกับปรัชญามหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นให้โอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชน สร้างศักยภาพให้เป็นชุมชนพลังแห่งปัญญาในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม ผลิตรากำลังคนที่มีความรู้ความสามารถ และมีคุณธรรมโดยเน้นที่จิตสำนึกในการให้บริการวิชาการแก่ท้องถิ่นและสังคม

2. สอดคล้องกับพันธกิจของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในการจัดการศึกษาทางบริหารธุรกิจ ด้านการตลาด ทำการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ และแก้ปัญหาท้องถิ่น ปรับปรุงและพัฒนาคน ชุมชนท้องถิ่น โดยการเผยแพร่การศึกษาและเทคโนโลยีที่เหมาะสมต่อท้องถิ่น ผ่านกระบวนการให้บริการวิชาการแก่ชุมชนท้องถิ่นและสังคม ตลอดจนทำนุบำรุงสืบสานต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นสากล และสามารถเข้าสู่ประชาคมอาเซียนได้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงได้จัดให้เรียนวิชาต่าง ๆ ในสาขาวิชาการตลาดอย่างหลากหลาย ทั้งในวิชาเอกบังคับและวิชาเอกเลือกที่ทันสมัยต่อสภากรรมการ และให้

ความรู้คู่กับการปฏิบัติจริงโดยใช้กรณีศึกษาจากผู้ประกอบการจริง มาเป็นกรณีศึกษา ประกอบในการเรียนการสอนเกือบทุกรายวิชา

### 13. ความสัมพันธ์ (ถ้ามี) กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ สาขาวิชาอื่นของสถาบัน (เช่น รายวิชาที่เปิดสอนเพื่อให้บริการคณะ/ สาขาวิชาอื่น หรือต้องเรียนจากคณะ/ สาขาวิชาอื่น)

#### 13.1 กลุ่มวิชา/ รายวิชาในหลักสูตรนี้เปิดสอนโดยคณะ/ สาขาวิชา/ หลักสูตรอื่น

รายวิชาหมวดศึกษาทั่วไป ได้แก่ กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ เปิดสอนโดยคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการและคณะครุศาสตร์ กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เปิดสอนโดยคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะครุศาสตร์

รายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะด้าน ได้แก่ กลุ่มวิชาแกน กลุ่มวิชาเอกบังคับ และกลุ่มวิชาเอกเลือก ดำเนินการสอนโดยคณะวิทยาการจัดการ ส่วนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษา ดำเนินการโดย ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ คณะวิทยาการจัดการ

รายวิชาในหมวดวิชาเลือกเสรีเปิดสอนโดยคณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

#### 13.2 กลุ่มวิชา/ รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้สาขาวิชา/ หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

ทุกรายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ นักศึกษาหลักสูตรอื่นสามารถเรียนเป็นวิชาเลือกเสรีได้

#### 13.3 การบริหารจัดการ

ดำเนินการโดยคณะกรรมการประจำหลักสูตร ซึ่งมีประธานสาขาวิชาเป็นผู้รับผิดชอบหลัก โดยทำงานประสานกับคณบดีคณะวิทยาการจัดการ และสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

### 14. แนวคิดในการออกแบบหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2559 มีแนวคิดในการออกแบบหลักสูตร โดยคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญของหลักสูตร ดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ให้มีความสอดคล้องกับ แผนพัฒนาประเทศ นโยบายของรัฐ และความต้องการกำลังคนของตลาดแรงงานและสังคม ความก้าวหน้าทางศาสตร์และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม รวมถึงบริบทของหลักสูตรซึ่งเป็นหลักสูตรที่ให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่น

2. การกำหนดเนื้อหาสาระของรายวิชา กำหนดเนื้อหาสาระให้มีความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของหลักสูตร มีการจัดลำดับรายวิชาก่อนหลัง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงและส่งต่อความรู้ได้อย่างเหมาะสม มีการปรับปรุงเนื้อหาสาระของรายวิชาให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ตามความก้าวหน้าทางวิทยาการในศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและความต้องการของตลาดแรงงาน

3. กระบวนการจัดการเรียนการสอน กำหนดให้มีกลยุทธ์การเรียนการสอนและการใช้สื่อเทคโนโลยีที่หลากหลาย เพื่อมุ่งเน้นให้นักศึกษามีคุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

3.1 ทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ทั้งทักษะการเรียนรู้ ทักษะสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี และทักษะชีวิตและอาชีพ

3.2 เป็นไปตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้แก่ “บัณฑิตมีจิตอาสา สร้างปัญญา พัฒนาท้องถิ่น”

3.3 เป็นไปตามอัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ ได้แก่ “บัณฑิตจิตอาสา”

3.4 เป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตของหลักสูตร ได้แก่ “รอบรู้ด้านการตลาด มีคุณธรรม มีจิตอาสา”

4. การประเมินผลการเรียนรู้ จะคำนึงถึงกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ซึ่งครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5. หลักสูตรจะมีการทบทวนผลการดำเนินงานของหลักสูตร (มคอ. 7) อย่างต่อเนื่องโดยคำนึงถึงความพร้อมที่จะปรับปรุงหลักสูตรเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558



## หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

### 1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

#### 1.1 ปรัชญา

ผลิตบัณฑิตที่มีความรอบรู้ทั้งด้านการตลาด มีคุณธรรม มีจิตอาสา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกระดับ

#### 1.2 ความสำคัญ

ประเทศไทยภายใต้ทิศทางพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่ให้ความสำคัญกับสถานะแวดล้อม และบริบทของการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เช่น ปัญหาประสิทธิภาพการผลิต ความสามารถในการแข่งขัน คุณภาพการศึกษา ความเหลื่อมล้ำของสังคม เป็นต้น จึงทำให้แผนการพัฒนา จำเป็นต้องยึดกรอบแนวคิดในการวางแผนที่สำคัญคือ 1) การน้อมนำและประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม 3) การสนับสนุนและส่งเสริมแนวคิดปฏิรูปประเทศ และ 4) การพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) จึงได้กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและมีศักยภาพสูงให้กับภาครัฐและภาคการผลิตต่าง ๆ มีการผลิตงานวิจัยที่ตอบโจทย์ในการพัฒนาประเทศ นอกจากนี้ยังกำหนดแผนให้สถาบันอุดมศึกษา ในท้องถิ่น มีบทบาทในการให้คำปรึกษา การให้ความรู้ ทักษะ พัฒนาบุคลากร และประชาชนในท้องถิ่นให้มีศักยภาพในการพัฒนาท้องถิ่นตนเองให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น มีความพร้อมที่จะรองรับภารกิจที่ถ่ายโอนมาจากส่วนกลางได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพื่อเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับประเทศต่อไป

สำหรับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เน้นหลักสูตรที่ผลิตบัณฑิตทางการตลาดเข้าสู่ตลาดแรงงาน เพื่อพัฒนาทั้งในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ ที่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ที่เน้นให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะ สมรรถนะด้านการพัฒนาความรู้ ทักษะ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อปฏิบัติงานด้านการตลาดให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และประเทศชาติ

#### 1.3 วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถ มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานโดยมีลักษณะที่พึงประสงค์ ดังนี้

1.3.1 มีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ มีจริยธรรม มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์สุจริต และตระหนักในความสำคัญของศาสตร์ที่ได้ศึกษา สามารถปรับตัวเข้ากับสังคมได้

1.3.2 มีความรู้ ความสามารถทางการตลาด สามารถวางแผนและตัดสินใจ ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดไปปรับใช้ให้เข้ากับธุรกิจหรือสามารถปฏิบัติงานได้

1.3.3 มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และเทคโนโลยีเพื่อการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบและเหมาะสม

1.3.4 มีคุณลักษณะพิเศษ มีจิตอาสา มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

#### 1.4 ลักษณะสาขาวิชา

สาขาวิชาการตลาด มีเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมทั้งภาคทฤษฎี และการปฏิบัติ ที่สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ ให้เกิดสัมฤทธิ์ผลตามนโยบายแห่งรัฐ ซึ่งหมายรวมถึง การสร้างความตระหนักรู้ถึงปรัชญาทางการเมือง บริบททางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การส่งเสริมและพัฒนาที่สอดคล้อง กับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ การพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ให้มีความเข้มแข็งสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถแข่งขันได้ รวมทั้งสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับ ผู้ประกอบการในประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อนำไปสู่ความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานตลาดโลกได้ โดยการบูรณาการความรู้ ในการบริการวิชาการเข้ากับกระบวนการเรียนการสอน เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ และปรับปรุงประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการ โดยเน้นผู้ประกอบการในชุมชนท้องถิ่นที่มหาวิทยาลัยรับผิดชอบ

## 2. แผนพัฒนา/ ปรับปรุง

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีแผนพัฒนาปรับปรุงที่มีรายละเอียดของแผนการพัฒนายุทธศาสตร์ และตัวบ่งชี้การพัฒนาปรับปรุง ซึ่งคาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 5 ปี นับจากเปิดการเรียนการสอนตามหลักสูตร ดังนี้

แผนการพัฒนา/ เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ ตัวบ่งชี้
1. การบริหารหลักสูตร	1. ประเมินหลักสูตรอย่างต่อเนื่องเป็นไปตามมาตรฐาน TQF 2. ปรับปรุงหลักสูตรทุก ๆ 5 ปี โดยมุ่งให้มีมาตรฐานการศึกษาระดับสากล	1. รายงานผลการประเมินหลักสูตร 2. เอกสารหลักสูตรฉบับปรับปรุง
2. กระบวนการจัดการเรียนการสอน	1. เพิ่มพูนทักษะอาจารย์ในการส่งเสริมผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการเรียนรู้ 2. พัฒนาสารสนเทศที่สนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง 3. ส่งเสริมการประเมินผลที่เน้นพัฒนาการของผู้เรียน	1. ผลการประเมินประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง 2. ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อระบบอาจารย์ที่ปรึกษาและกิจกรรมของสาขา 3. จำนวนรายวิชาที่ใช้ประเมินผลที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

แผนการพัฒนา/ เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ ตัวบ่งชี้
3. การบริหารบุคลากร	1. ส่งเสริมสนับสนุนอาจารย์ให้มีประสบการณ์วิชาการและวิชาชีพเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอน 2. ส่งเสริมสนับสนุนอาจารย์ให้มีผลงานด้านการวิจัย/วิชาการ	1. ปริมาณงานด้านการให้บริการวิชาชีพ การอบรมสัมมนา การประชุมวิชาการ การลาศึกษาต่อ 2. การพัฒนาผลงานวิชาการเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้น 3. เอกสารงานวิจัยวิชาการ
4. สนับสนุนและพัฒนา นักศึกษา	1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาและอาจารย์ได้ใช้ความรู้ความสามารถ ในวิชาชีพ ใน การบูรณาการ การเรียน การสอนกับการบริการวิชาการ และบูรณาการให้บริการวิชาการแก่สังคมกับการวิจัย	1. ปริมาณงานในการบูรณาการการเรียนการสอนกับการให้บริการวิชาการแก่สังคม 2. ผลงานวิจัยในการบูรณาการการให้บริการวิชาการแก่สังคมกับการวิจัย

## หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างหลักสูตร

### 1. ระบบการจัดการศึกษา

#### 1.1 ระบบ

ระบบการศึกษาจัดแบบทวิภาค (Semester) ในหนึ่งปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ โดยที่หนึ่งภาคการศึกษา มีระยะเวลาในการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

#### 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

อาจจะจัดให้มีการจัดการเรียนการสอนภาคฤดูร้อน โดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพิจารณาและดุลยพินิจของอธิการบดี

#### 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

### 2. การดำเนินการหลักสูตร

#### 2.1 วัน - เวลาในดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม – เดือนพฤศจิกายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนมกราคม – เดือนเมษายน

ภาคฤดูร้อน เดือนพฤษภาคม – เดือนกรกฎาคม

#### 2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

- 1) สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
- 2) มีคุณสมบัติอื่น ๆ ตามที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรกำหนด

#### การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

โดยวิธีคัดเลือก ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของประกาศรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

#### 2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

2.3.1 นักศึกษาไม่แน่ใจต่อการตัดสินใจและการประกอบอาชีพในอนาคตของตนเอง

2.3.2 นักศึกษามีพื้นฐานความรู้ทางวิชาการ และทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาค่อนข้างน้อย

#### 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา

2.4.1 จัดให้มีการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ และแนะแนวการวางแผนอาชีพชีวิต เทคนิคการเรียนในมหาวิทยาลัย และการแบ่งเวลาในการเรียนและทำกิจกรรม

2.4.2 จัดอาจารย์ที่ปรึกษาให้แก่ นักศึกษา เพื่อให้คำปรึกษาทั้งทางวิชาการและวิชาชีพ จัดกิจกรรมให้นักศึกษาทางด้านวิชาการให้มีความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา และจัดกิจกรรมสอนเสริม

## 2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ชั้นปีที่	ปีการศึกษา/จำนวนนักศึกษา				
	2559	2560	2561	2562	2563
ชั้นปีที่ 1	40	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 2	-	40	40	40	40
ชั้นปีที่ 3	-	-	40	40	40
ชั้นปีที่ 4	-	-	-	40	40
รวม	40	80	120	160	160
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา				40	40

## 2.6 งบประมาณตามแผน

รายละเอียดการประมาณการค่าใช้จ่ายในหลักสูตรเป็นรายปี (หน่วย : บาท)

หมวดเงิน	ปีการศึกษา				
	2559	2560	2561	2562	2563
ก. งบดำเนินการ					
1. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	60,000	120,000	180,000	240,000	240,000
2. รายจ่ายระดับมหาวิทยาลัย	320,000	624,000	912,000	1,200,000	1,200,000
รวม (ก)	380,000	744,000	1,092,000	1,440,000	1,440,000
ข. งบลงทุน					
1. ค่าครุภัณฑ์	-	-	-	-	-
รวม (ก+ข)	380,000	744,000	1,092,000	1,440,000	1,440,000
จำนวนนักศึกษา	40	80	120	160	160
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	9,500	9,300	9,100	9,000	9,000

หมายเหตุ : ไม่รวมเงินเดือนของอาจารย์ และเจ้าหน้าที่บุคลากร และงบประมาณด้านครุภัณฑ์ที่ดิน สิ่งก่อสร้างจากงบประมาณแผ่นดิน

## 2.7 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียน

## 2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

ให้เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรว่าด้วยการโอนผลการเรียน และการยกเว้นการเรียนรายวิชาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ. 2550

### 3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

#### 3.1 หลักสูตร

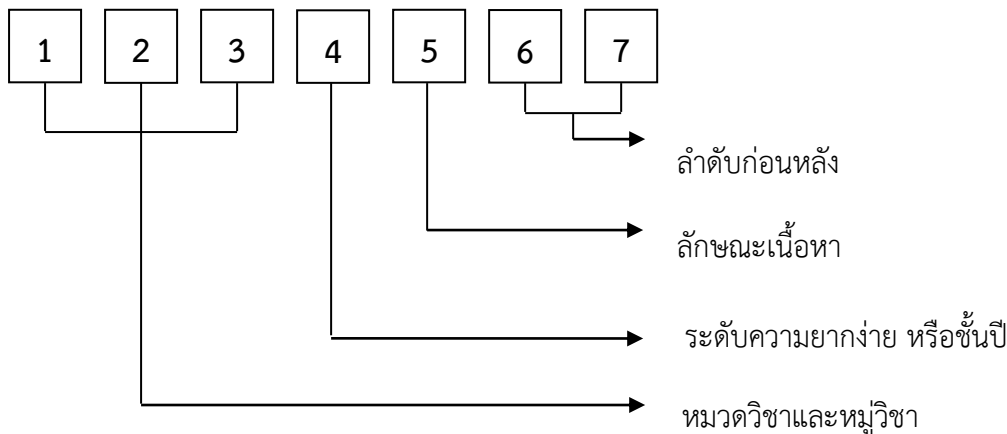
3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต

#### 3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	จำนวน 30 หน่วยกิต
1. กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต
2. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
3. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
4. กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
และเลือกเรียนรายวิชาจากกลุ่ม 1 - 4 จำนวน	ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า	จำนวน 91 หน่วยกิต
1. กลุ่มวิชาแกน	จำนวน 24 หน่วยกิต
2. กลุ่มวิชาเอกบังคับ	จำนวน 48 หน่วยกิต
3. กลุ่มวิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า	จำนวน 12 หน่วยกิต
4. กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา	จำนวน 7 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า	จำนวน 6 หน่วยกิต

### 3.1.3. รายวิชา

1) รหัสรายวิชา การกำหนดเลขรหัสรายวิชาตามหลักสูตรระดับปริญญาตรี ประกอบด้วย ตัวเลขรหัสทั้งหมด 7 ตัว รายละเอียดได้จำแนกดังแผนภูมิต่อไปนี้



- เลขตัวที่ 1-3 ป่งบอกถึงหมวดวิชาและหมู่วิชา  
 เลขตัวที่ 4 ป่งบอกถึงระดับความยากง่ายหรือชั้นปี  
 เลขตัวที่ 5 ป่งบอกถึงลักษณะเนื้อหาของวิชา
- เลขที่ 1 หมายถึง กลุ่มหลักการทางการตลาด  
 เลขที่ 2 หมายถึง กลุ่มการสื่อสารทางการตลาด  
 เลขที่ 3 หมายถึง กลุ่มการประยุกต์การใช้ทฤษฎี  
 เลขที่ 4 หมายถึง กลุ่มช่องทางการตลาด  
 เลขที่ 5 หมายถึง กลุ่มสารสนเทศทางการตลาด  
 เลขที่ 6 หมายถึง กลุ่มสถิติและการพยากรณ์ทางการตลาด  
 เลขที่ 8 หมายถึง กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สหกิจศึกษา  
 เลขที่ 9 หมายถึง กลุ่มวิจัย สัมมนา ปัญหาพิเศษ สถานการณ์ปัจจุบัน
- เลขตัวที่ 6-7 ป่งบอกถึงลำดับก่อนหลังของวิชา

## 2) ชื่อรายวิชา

### 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ให้เรียนรายวิชาหมวดวิชาทั่วไปตามกลุ่มวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต

บังคับเรียน 6 หน่วยกิต

รหัสวิชา ชื่อวิชา น(ท-ป-อ)

1551001 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน 3(3-0-6)

Fundamental English

1551002 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

English for Communication

เลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

รหัสวิชา ชื่อวิชา น(ท-ป-อ)

1541001 ทักษะการใช้ภาษาไทย 3(3-0-6)

Thai Language Usage Skills

1541002 ภาษาและการสื่อสารเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ 3(3-0-6)

Language and Communication for Specific Purposes

1561001 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Japanese for Communication

1571001 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Chinese for Communication

1571002 ภาษาจีนพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว 3(3-0-6)

Fundamental Chinese for Tourism

1661001 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Korean for Communication

1691001 ภาษาพม่าพื้นฐาน 3(3-0-6)

Fundamental Burmese

1691002 ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Burmese for Communication



1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ เลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า

6 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
1001003	พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน Human Behavior and Self-Development	3(3-0-6)
1001005	ทักษะการคิดและการตัดสินใจ Thinking and Decision Making Skills	3(3-0-6)
1511001	จริยธรรมกับมนุษย์ Ethics and Human Beings	3(3-0-6)
1511002	ความจริงของชีวิต Facts of Life	3(3-0-6)
1521001	พุทธศาสนา Buddhism	3(3-0-6)
1631001	สารสนเทศเพื่อการศึกษาและการค้นคว้า Information for Study and Research	3(3-0-6)
2011001	สุนทรียภาพทางทัศนศิลป์ Aesthetics of Visual Arts	3(3-0-6)
2051001	สุนทรียภาพทางศิลปะการแสดง Aesthetics of Performing Arts	3(3-0-6)
2061001	สังคีตนิยม Music Appreciation	3(3-0-6)
3501001	การพัฒนาภาวะผู้นำ Leadership Development	3(3-0-6)
3501003	การพัฒนาบุคลิกภาพและศิลปะการเข้าสังคม Personality Development and the Art of Socializing	3(3-0-6)

1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ เลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
2501001	ประวัติศาสตร์สังคมและวัฒนธรรมไทย History of Thai Society and Culture	3(3-0-6)
2501003	จิตสาธารณะและพันธะทางสังคมของพลเมือง Public Mind and Civic Social Engagement	3(3-0-6)
2501004	สหวิทยาการสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา Interdisciplinary Social Science for Development	3(3-0-6)
2521001	โลกาภิวัตน์และท้องถิ่นภิวัตน์ Globalization and Localization	3(3-0-6)
2521002	อาเซียนศึกษา ASEAN Studies	3(3-0-6)
2541001	มนุษย์ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม Human, Community, and Environment	3(3-0-6)
2541002	การจัดการทรัพยากรท้องถิ่น Local Resource Management	3(3-0-6)
2551002	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเมืองการปกครองไทย Fundamental Knowledge on Thai Politics and Government	3(3-0-6)
2561001	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย Introduction to Laws	3(3-0-6)
3501004	การริเริ่มการประกอบธุรกิจ Business Initiation	3(3-0-6)
3531001	การเงินในชีวิตประจำวัน Finance in Daily Life	3(3-0-6)
3541001	การเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurship	3(3-0-6)
3591002	เศรษฐกิจพอเพียง Sufficiency Economy	3(3-0-6)

1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต  
และเลือกเรียนในกลุ่มวิชา 1.1 – 1.4 จำนวน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
1161001	กีฬาและนันทนาการเพื่อคุณภาพชีวิต Sports and Recreation for Quality of Life	3(2-2-5)
1161002	การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ Exercise for Health	3(2-2-5)
4001002	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อชีวิตประจำวัน Science and Technology for Daily Life	3(3-0-6)
4001003	การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ Environments and Natural Resources Conservation	3(3-0-6)
4071001	สุขภาพและสุขอนามัย Health and Health Care	3(3-0-6)
4091001	คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน Mathematics in Daily Life	3(3-0-6)
4091003	คณิตศาสตร์กับการตัดสินใจ Mathematics and Decision Making	3(3-0-6)
4121001	คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ Computer and Information Technology	3(2-2-5)
4121005	การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ Website Design and Development	3(2-2-5)
4121006	โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการประยุกต์ใช้งาน Package Software for Application	3(2-2-5)
5001001	เกษตรในชีวิตประจำวัน Agriculture in Daily Life	3(3-0-6)
5071001	อาหารเพื่อสุขภาพ Food for Health	3(3-0-6)
5501001	เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน Technology in Daily Life	3(3-0-6)

<b>2. หมวดวิชาเฉพาะ</b>		
<b>ให้เรียนรายวิชาเฉพาะตามกลุ่มวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า</b>		<b>91 หน่วยกิต</b>
<b>2.1 กลุ่มวิชาแกน ให้เรียนรายวิชาต่อไปนี้ จำนวน</b>		<b>24 หน่วยกิต</b>
<b>รหัสวิชา</b>	<b>ชื่อวิชา</b>	<b>น(ท-ป-อ)</b>
1551402	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 Business English 1	3(3-0-6)
1551403	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2 Business English 2	3(3-0-6)
3531101	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
3532102	การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ Taxation and Business Laws	3(3-0-6)
3541101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
3561101	องค์การและการจัดการ Organization and Management	3(3-0-6)
3564201	การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	3(3-0-6)
3591101	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)
<b>2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ ให้เรียนรายวิชาต่อไปนี้ จำนวน</b>		<b>48 หน่วยกิต</b>
<b>รหัสวิชา</b>	<b>ชื่อวิชา</b>	<b>น(ท-ป-อ)</b>
3521101	การบัญชี 1 Accounting 1	3(2-2-5)
3521102	การบัญชี 2 Accounting 2	3(2-2-5)
3542105	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumers Behavior	3(3-0-6)
3542202	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication (IMC)	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3542405	การจัดการการขาย Sales Management	3(3-0-6)
3542503	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ Electronic Marketing	3(2-2-5)
3542509	ระบบสารสนเทศทางการตลาด Marketing Information System	3(2-2-5)
3543107	การตลาดเพื่อชุมชนและท้องถิ่น Community and Local Marketing	3(2-2-5)
3543306	การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ Products Design and Services Development	3(2-2-5)
3543308	การวิเคราะห์และการจัดทำแผนการตลาด Market Analysis and Planning	3(2-2-5)
3543407	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดการโลจิสติกส์ Supply Chain and logistics Management	3(3-0-6)
3543502	เทคนิคการนำเสนอ Presentation Techniques	3(2-2-5)
3543601	การพยากรณ์ยอดขาย Sale Forecasting	3(3-0-6)
3544103	การตลาดระหว่างประเทศ International Marketing	3(3-0-6)
3544901	การสัมมนาการตลาด Seminar in Marketing	3(2-2-5)
3544902	การวิจัยตลาด Marketing Research	3(2-2-5)

**2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก ให้เลือกเรียนรายวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต**

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3524301	การบัญชีเพื่อการจัดการ Management Accounting	3(3-0-6)
3541302	การค้าสมัยใหม่ Modern Trade	3(3-0-6)
3542106	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ Service and Tourism Marketing	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3542201	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย Advertising and Sales Promotion	3(3-0-6)
3542204	การสื่อสารตราสินค้า Brand Communication	3(2-2-5)
3542406	การตลาดทางตรง Direct Marketing	3(3-0-6)
3543104	การตลาดบริการ Services Marketing	3(3-0-6)
3543109	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม Social and Environment Marketing	3(2-2-5)
3543201	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Consumer Relation Management	3(3-0-6)
3543301	การจัดการการตลาด Marketing Management	3(3-0-6)
3543305	การจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing	3(2-2-5)
3543501	โปรแกรมสำเร็จรูปและการประยุกต์ใช้งานทางการตลาด Software Package and Application for Marketing	3(2-2-5)
3544601	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด Quantitative Analysis for Marketing	3(3-0-6)
3544904	สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด Current Issues in Marketing	3(2-2-5)
3544905	การตลาดจำลอง Dummy Marketing	3(2-2-5)
3601102	เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ Information Technology in Business	3(2-2-5)

2.4 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์ภาคสนาม  
ให้เลือกรียนจากแผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือแผนสหกิจศึกษา

2.4.1 แผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน		7 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3544801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Preparation for Professional Experience in Marketing	2(90)
3544802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Professional Experience in Marketing	5(450)

หรือ

2.4.2 แผนสหกิจศึกษา จำนวน		7 หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3503801	การเตรียมสหกิจศึกษา Preparation to Cooperative Education	1(45)
3503802	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6(540)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ให้เลือกรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรเปิดสอน โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้

### 3.1.4 แผนการศึกษา

#### ปีที่ 1/ ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
Xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(x-x-x)
Xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(x-x-x)
Xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(x-x-x)
3521101	การบัญชี 1	3(2-2-5)
3541101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
3561101	องค์การและการจัดการ	3(3-0-6)
<b>รวม</b>		<b>18 หน่วยกิต</b>

#### ปีที่ 1/ ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
Xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(x-x-x)
Xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(x-x-x)
Xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(x-x-x)
3542305	การจัดการการขาย	3(3-0-6)
3591101	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)
3521102	การบัญชี 2	3(2-2-5)
<b>รวม</b>		<b>18 หน่วยกิต</b>



ปีที่ 2/ ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(x-x-x)
xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(x-x-x)
3531101	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
3542105	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
3542202	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(2-2-5)
Xxxxxxx	วิชาเอกเลือก	3(x-x-x)
	<b>รวม</b>	<b>18 หน่วยกิต</b>

ปีที่ 2/ ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(3-0-6)
xxxxxxx	ศึกษาทั่วไป	3(3-0-6)
1551402	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	3(3-0-6)
3532102	การประชาสัมพันธ์และกฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
3542403	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	3(2-2-5)
Xxxxxxx	วิชาเอกเลือก	3(x-x-x)
	<b>รวม</b>	<b>18 หน่วยกิต</b>

ปีที่ 3/ ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
1551403	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	3(3-0-6)
3542509	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	3(2-2-5)
3543407	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดการโลจิสติกส์	3(3-0-6)
3543502	เทคนิคการเสนอ	3(2-2-5)
3543306	การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ	3(2-2-5)
Xxxxxxx	วิชาเอกเลือก	3(x-x-x)
	<b>รวม</b>	<b>18 หน่วยกิต</b>

ปีที่ 3/ ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3564201	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
3543107	การตลาดเพื่อชุมชนและท้องถิ่น	3(2-2-5)
3543308	การวิเคราะห์และการจัดทำแผนการตลาด	3(2-2-5)
3543601	การพยากรณ์ยอดขาย	3(3-0-6)
Xxxxxxx	วิชาเลือกเสรี	3(x-x-x)
Xxxxxxx	วิชาเลือกเสรี	3(x-x-x)
	<b>รวม</b>	<b>18 หน่วยกิต</b>

แผนการเรียนปีที่ 4 แบ่งเป็น 2 แผนให้เลือกเรียน 1 แผนการเรียน

1) แผนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

ปีที่ 4/ ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3544103	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
3544901	การสัมมนาการตลาด	3(2-2-5)
3544902	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
3544801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	2(90)
Xxxxxxx	วิชาเอกเลือก	3(x-x-x)
	รวม	14 หน่วยกิต

ปีที่ 4/ ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3544802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	5(540)
	รวม	5 หน่วยกิต

2) แผนสหกิจศึกษา

ปีที่ 4/ ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3544103	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
3544901	การสัมมนาการตลาด	3(2-2-5)
3544902	การวิจัยการตลาด	3(2-2-5)
3503801	การเตรียมสหกิจศึกษา	1(45)
Xxxxxxx	วิชาเอกเลือก	3(x-x-x)
	รวม	13 หน่วยกิต

ปีที่ 4/ ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3503802	สหกิจศึกษา	6(540)
	รวม	6 หน่วยกิต

### 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก คำอธิบายรายวิชา และภาคผนวก ข ตาราง  
เปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2555 และหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559

### 3.2 ชื่อ สกุล ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์ประจำหลักสูตร

#### 3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่งวิชาการ	คุณวุฒิ/ สาขาวิชาเอก	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
1	นายจิระ ประสพธรรม	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) ศศ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกริก สถาบันราชภัฏเทพสตรี	2553 2543
2	นายชูเกียรติ เนื้อไม้	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) คอ.บ.(เทคโนโลยีการวัดคุมทางอุตสาหกรรม)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	2551 2547
3	นางฉวีรัตน์ เงินทอง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทางการตลาด	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัยนเรศวร วิทยาลัยเกริก	2543 2529
4	นางเพชรรา บุคสีทา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทางการตลาด	ปร.ด.(ยุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา) กศ.ม.(การวิจัยและพัฒนาการศึกษา) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2555 2546 2526
5	น.ส.อิสริย์ ด่อนคราม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทางการตลาด	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยพายัพ	2545 2536

หมายเหตุ ดูรายละเอียดผลงานทางวิชาการและภาระงานสอนของอาจารย์ประจำหลักสูตร ในภาคผนวก ง

## 3.2.2 อาจารย์ประจำ

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่งวิชาการ	คุณวุฒิ/ สาขาวิชาเอก	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
1	นายจิระ ประสพธรรม	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) ศศ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกริก สถาบันราชภัฏเทพสตรี	2553 2543
2	นายชูเกียรติ เนื้อไม้	อาจารย์	บธ.ม.(การตลาด) คอ.บ.(เทคโนโลยีการวัดคุมทางอุตสาหกรรม)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	2551 2547
3	น.ส.อิสริย์ ด่อนรัมย์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยพายัพ	2545 2536
4	นางถมรัตน์ เงินทอง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(การตลาด)	มหาวิทยาลัยนเรศวร วิทยาลัยเกริก	2543 2529
5	นางเพชรรา บุดสีทา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด.(ยุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา) กศ.ม.(การวิจัยและพัฒนาการศึกษา) บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2555 2546 2526
6	น.ส.วรรณพรรณ รักษ์ชน	อาจารย์	บธ.ม.(การจัดการการตลาด) นศ.บ.(การจัดการสารสนเทศ)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรังสิต	2544 2540

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่งวิชาการ	สาขาวิชาเอก	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
7	นางราตรี สิทธิพงษ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	วท.ม.(เศรษฐศาสตร์สหกรณ์) ศ.บ.(เศรษฐศาสตร์การคลัง)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2544 2527
8	นายอนุ รัชยะพงษ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) วท.บ.(การบัญชี)	มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเกษตร	2544 2526
9	นางเพ็ญศรี อินทร์จันทร์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ปร.ด.(ยุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา) บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) บธ.บ.(ภาษาอังกฤษ)	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ วิทยาลัยครูเชียงใหม่	2555 2541 2534
10	น.ส.วรรณ โปธิเงิน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	บธ.ม.(บัญชีการเงิน) บช.บ.(บัญชีการเงิน)	มหาวิทยาลัยเกษตร วิทยาลัยหอการค้า	2535 2524
11	น.ส.ลักขณา ด่อนรัมย์	อาจารย์	บช.ม.(การบัญชี) บช.บ.(การบัญชี)	มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	2551 2546
12	น.ส.ศิริพร โสမ်คำภา	อาจารย์	บธ.ม.(การเงิน) บธ.บ.(การเงินและการธนาคาร)	มหาวิทยาลัยภาคกลาง มหาวิทยาลัยพายัพ	2552 2547
13	น.ส.อนุธิดา จันท์	อาจารย์	บธ.ม.(การเงิน) บธ.บ.(การเงินการธนาคาร)	มหาวิทยาลัยภาคกลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	2552 2540

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่งวิชาการ	สาขาวิชาเอก	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
14	นางภัตราภรณ์ อีเอื้อ	อาจารย์	บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	2546 2538
15	นายมนตรี ใจแน่น	อาจารย์	กศ.ม.(เทคโนโลยีและสื่อสารทางการศึกษาแขนงคอมพิวเตอร์ศึกษา) บธ.บ.(คอมพิวเตอร์ธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยนเรศวร	2554 2551
16	น.ส.ชฎานันท์ ศิริกิจเสถียร	อาจารย์	ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) ศ.บ.(เศรษฐศาสตร์)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2553 2543
17	น.ส.วีรวรรณ แจ้งไม้	อาจารย์	วท.ม.(เศรษฐศาสตร์เกษตร) ศ.บ.(เศรษฐศาสตร์)	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2557 2552



#### 4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา)

##### 4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

4.1.1 การปฏิบัติตามกรอบระเบียบ ข้อบังคับของสถาบันและสังคม

4.1.2 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา

4.1.3 ทักษะในการคิดเชิงวิเคราะห์และวิพากษ์

4.1.4 สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายและสามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและ

ภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

4.1.5 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพโดยการเลือกใช้รูปแบบของการนำเสนอด้วยเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

##### 4.2 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 1 และ 2 ของนักศึกษาชั้นปีที่ 4

##### 4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลาใน ภาคการศึกษาที่ 1 และ 2

#### 5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

##### 5.1 คำอธิบายโดยย่อ

โครงการหรือการวิจัย หมายถึง การให้นักศึกษาเป็นผู้กำหนดหัวข้อเรื่องที่จะศึกษาค้นคว้าหรืองานสร้างสรรค์ด้วยตนเอง โดยต้องสามารถอธิบายบทบาทความสำคัญของการวิจัยตลาดที่มีต่อธุรกิจ จรรยาบรรณของวิชาชีพการตลาด การออกแบบการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การประมวลผลข้อมูลด้วยสถิติประยุกต์ การวิจัยตลาดเฉพาะกรณี และการจัดทำรายงานวิจัย

##### 5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

5.2.1 การแสดงออกถึงการมีวินัยในการเรียน ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเอง ของสถาบันและสังคม

5.2.2 สามารถบูรณาการความรู้ในวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

5.2.3 สามารถวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจประยุกต์ความรู้ ทักษะ การมาใช้กับธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

5.2.4 สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาที่ต้องการ

5.2.5 มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเอง และรับผิดชอบต่องานในกลุ่ม

5.2.6 มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม

5.2.7 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพโดยการเลือกใช้รูปแบบของการนำเสนอด้วยเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

##### 5.3 ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษาที่ 4

##### 5.4 จำนวนหน่วยกิต

โครงการหรืองานวิจัย ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

## 5.5 การเตรียมการ

5.5.1 อาจารย์ผู้สอนให้คำแนะนำนักศึกษา โดยให้นักศึกษาเลือกหัวข้อหรือโครงการที่นักศึกษาสนใจ

5.5.2 อาจารย์ผู้สอนจัดตารางเวลาการให้คำปรึกษาและการติดตามการทำงานของนักศึกษา

5.5.3 จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน โครงการ วิจัย เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องมือ อุปกรณ์

## 5.6 กระบวนการประเมินผล

5.6.1 ประเมินความก้าวหน้าในระหว่างการทำวิจัยหรือโครงการโดยอาจารย์ผู้สอน จากการติดตามความคืบหน้าการทำวิจัยหรือโครงการตามระยะเวลาที่กำหนดในแผนงานอย่างเป็นระบบโดยให้มีคะแนนเป็นสัดส่วน 20%

5.6.2 ประเมินคุณภาพของการทำวิจัยหรือโครงการ โดยอาจารย์ผู้สอน โดยกำหนดเกณฑ์และการประเมินที่เป็นมาตรฐาน ครบถ้วน สมบูรณ์ โดยให้มีคะแนนเป็นสัดส่วน 40%

5.6.3 ประเมินผลการนำเสนอรายงานผลการวิจัย หรือ ผลงานโครงการของนักศึกษาในภาพรวม โดยมีกรรมการสอบ ซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ไม่น้อยกว่า 3 คน โดยให้มีคะแนนเป็นสัดส่วน 40%

5.6.4 การให้เกรดจากคะแนนที่ได้ซึ่งมีคะแนนเต็ม คิดเป็น 100% ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร หรือ ระบบการวัดและประเมินผลของมหาวิทยาลัย

## หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

### 1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
1. มีความอดทน ขยัน ซื่อสัตย์ มีจิตอาสาในการให้บริการ สามารถปรับตัวได้ในทุกสถานการณ์	1. มีการกำหนดโครงการ/กิจกรรม ที่ส่งเสริมและพัฒนาให้นักศึกษาให้มีความรับผิดชอบและแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ร่วมกันโดยนักศึกษา 2. บูรณาการเรียนการสอนกับกิจกรรมการให้บริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม
2. มีความคิดสร้างสรรค์ในการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต	1. สอดแทรกในเนื้อหาสาระแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในทุกรายวิชาที่สอนให้กับนักศึกษาให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการนำไปใช้ในการดำเนินชีวิต 2. ฝึกให้นักศึกษานำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปเผยแพร่และประยุกต์ใช้ผ่านกิจกรรมการให้บริการวิชาการแก่สังคมและชุมชนท้องถิ่น

### 2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

#### 2.1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

##### การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	การประเมินผลการเรียนรู้
<b>1. คุณธรรม จริยธรรม</b> 1.1 มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ 1.2 มีระเบียบวินัยและความรับผิดชอบต่อตนเอง อดทน ขยัน ซื่อสัตย์ 1.3 มีความเสียสละ มีจิตอาสา เป็นแบบอย่างที่ดี มีความเข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่น เข้าใจสังคมไทยและสังคมโลก	<b>1. คุณธรรม จริยธรรม</b> 1.1 ให้ความสำคัญในวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานภายในเวลาที่กำหนด 1.2 เปิดโอกาสให้นักศึกษาจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และแสดงถึง การมีเมตตา กรุณา และความเสียสละ 1.3 สอดแทรกความซื่อสัตย์ต่อตนเอง สังคม	<b>1. คุณธรรม จริยธรรม</b> 1.1 การขานชื่อ การให้คะแนนการเข้าชั้นเรียนและการส่งงานตรงเวลา 1.2 พิจารณาจากผลการเข้าร่วมกิจกรรมของนักศึกษา 1.3 สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	การประเมินผลการเรียนรู้
<p>1.4 รู้จักความจริงของชีวิตคุณค่าของความเป็นมนุษย์ ดำเนินชีวิตโดยพื้นฐานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง</p>	<p>1.4 จัดกิจกรรมการพัฒนา คณะ/ มหาวิทยาลัย/ ชุมชน 1.5 เน้นเรื่องการแต่งกายและปฏิบัติตนที่เหมาะสม ถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับของมหาวิทยาลัย</p>	
<p><b>2. ความรู้</b> 2.1 มีความเข้าใจแนวคิดหลักการ ทฤษฎีด้านคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี 2.2 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 2.3 สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำความรู้ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มาใช้ในชีวิตประจำวัน 2.4 มีความรู้ความเข้าใจด้านภาษา</p>	<p><b>2. ความรู้</b> 2.1 ใช้การสอนหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักทางทฤษฎีและการปฏิบัติ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ 2.2 มอบหมายให้ทำรายงาน 2.3 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดยการศึกษาดูงาน</p>	<p><b>2. ความรู้</b> 2.1 การประเมินจากแบบทดสอบด้านทฤษฎี สำหรับการปฏิบัติประเมินจากผลงาน และการปฏิบัติการ 2.2 พิจารณาจากรายงานที่มอบหมาย 2.3 ประเมินจากรายงานผลการศึกษาดูงาน</p>
<p><b>3. ทักษะทางปัญญา</b> 3.1 สามารถค้นหาข้อเท็จจริงทำความเข้าใจ ประเมินข้อมูลจากหลักฐานและนำข้อสรุปมาใช้ประโยชน์ได้ 3.2 สามารถศึกษา วิเคราะห์ ปัญหาที่ซับซ้อน และเสนอแนวทางแก้ไข</p>	<p><b>3. ทักษะทางปัญญา</b> 3.1 ส่งเสริมการเรียนรู้จากการแก้ปัญหา (Problem Based Instruction) 3.2 ให้นักศึกษาปฏิบัติการจากสถานการณ์จริง 3.3 มอบหมายงานที่ส่งเสริมการคิด วิเคราะห์และสังเคราะห์</p>	<p><b>3. ทักษะทางปัญญา</b> 3.1 ประเมินจากการรายงานผลการดำเนินงานและการแก้ปัญหา 3.2 ประเมินผลการปฏิบัติการจากสถานการณ์จริง 3.3 ประเมินจากการทดสอบ</p>

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	การประเมินผลการเรียนรู้
<p><b>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b></p> <p>4.1 มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีภาวะผู้นำและภาวะผู้ตามที่ดี</p> <p>4.2 มีความเข้าใจ วัฒนธรรม และสังคมที่แตกต่าง</p> <p>4.3 มีความสามารถในการทำงานและแก้ปัญหากลุ่มได้ มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม</p>	<p><b>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b></p> <p>4.1 กำหนดการทำงานกลุ่ม โดยให้หมุนเวียนการเป็นผู้นำและผู้รายงาน</p> <p>4.2 ให้คำแนะนำในการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสร กิจกรรมของมหาวิทยาลัยฯ</p> <p>4.3 ให้ความสำคัญในการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและการให้ความร่วมมือ</p> <p>4.4 มอบหมายงานให้สัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ</p>	<p><b>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b></p> <p>4.1 ประเมินจากรายงานหน้าชั้นเรียนโดยอาจารย์และนักศึกษา</p> <p>4.2 พิจารณาจากการเข้าร่วมกิจกรรมของนักศึกษา</p> <p>4.3 ประเมินผลจากแบบประเมินตนเองและกิจกรรมกลุ่ม</p> <p>4.4 ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม</p>
<p><b>5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p>5.1 มีทักษะในการคิดวิเคราะห์ ใช้เทคนิคทางสถิติหรือคณิตศาสตร์ในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจในการดำรงชีวิต</p> <p>5.2 มีทักษะในการติดต่อสื่อสาร ทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน และเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอได้เหมาะสมทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ</p> <p>5.3 มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การสืบค้นค้นคว้าแหล่งข้อมูล ความรู้ และเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนรู้ตลอดชีวิต ตลอดจนรู้เท่าทันการสื่อสารจากแหล่งสารสนเทศทุกรูปแบบ</p>	<p><b>5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p>5.1 ส่งเสริมให้เห็นความสำคัญ และฝึกให้มีการตัดสินใจบนฐานข้อมูลและข้อมูลเชิงตัวเลข</p> <p>5.2 มอบหมายงานค้นคว้าองค์ความรู้จากแหล่งข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ให้นักศึกษานำเสนอหน้าชั้น</p> <p>5.3 การใช้ศักยภาพทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอผลงานที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>5.4 ฝึกการนำเสนองานโดยเน้นความสำคัญของการใช้ภาษาและบุคลิกภาพ</p>	<p><b>5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p>5.1 ประเมินจากผลงานและการนำเสนอผลงาน</p> <p>5.2 สังเกตการณ์ปฏิบัติงาน</p>

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาในหมวดศึกษาศาสตร์ศึกษาทั่วไป

(Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

กลุ่มวิชา / รหัสวิชา / ชื่อวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา		ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ		ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3
กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร															
1541001 ทักษะการใช้ภาษาไทย		●				●		●	●			●		●	
1541002 ภาษาและการสื่อสารเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ		●				●		●	●			●		●	
1551001 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน		●	●			●		●	●	●	●	●		●	
1551002 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร		●	●			●		●	●	●	●	●		●	
1561001 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร		●				●		●	●			●		●	
1571001 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร		●	●			●		●	●		●	●		●	
1571002 ภาษาจีนพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว		●	●			●		●	●		●	●		●	
1661001 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร		●	●			●		●	●			●		●	
1691001 ภาษาพม่าพื้นฐาน		●	●			●		●	●			●		●	
1691002 ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสาร		●				●		●	●			●		●	

กลุ่มวิชา / รหัสวิชา / ชื่อวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา		ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ		ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3
กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์															
1001003 พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน	●			●			●		●	●	●			●	●
1001005 ทักษะการคิดและการตัดสินใจ	●						●		●	●	●		●		
1511001 จริยธรรมกับมนุษย์	●	●		●			●		●	●	●	●			●
1511002 ความจริงของชีวิต	●	●		●			●		●	●	●	●			●
1521001 พุทธศาสนา	●	●					●		●	●	●	●			●
1631001 สารสนเทศเพื่อการศึกษาและการค้นคว้า	●	●				●			●	●		●		●	●
2011001 สุนทรียภาพทางทัศนศิลป์	●	●					●		●	●	●	●		●	
2051001 สุนทรียภาพทางศิลปะการแสดง	●	●				●	●			●	●	●		●	
2061001 สังคีตนิยม	●	●					●		●	●	●	●		●	
3501001 การพัฒนาภาวะผู้นำ	●		●				●		●		●	●		●	●
3501003 การพัฒนาบุคลิกภาพและศิลปะการเข้าสังคม			●	●			●		●		●			●	●
กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์															
2501001 ประวัติศาสตร์สังคมและวัฒนธรรมไทย	●		●	●		●	●		●	●	●	●			●

กลุ่มวิชา / รหัสวิชา / ชื่อวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา		ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ		ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3
2501003 จิตสาธารณะและพันธะทางสังคมของพลเมือง	●			●		●	●		●	●	●			●	●
2501004 สหวิทยาการสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา			●	●		●	●		●	●		●		●	●
2521001 โลกาภิวัตน์และท้องถิ่นภิวัตน์	●	●	●				●		●	●	●	●			●
2521002 อาเซียนศึกษา	●	●	●				●		●	●	●	●			●
2541001 มนุษย์ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	●	●	●				●		●	●	●	●			●
2541002 การจัดการทรัพยากรท้องถิ่น	●	●	●				●		●	●	●	●			●
2551002 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเมืองการปกครองไทย		●	●				●			●	●	●		●	●
2561001 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป	●	●					●		●	●	●				●
3501004 การริเริ่มการประกอบธุรกิจ		●					●		●	●		●			●
3531001 การเงินในชีวิตประจำวัน		●			●				●				●		
3541001 การเป็นผู้ประกอบการ		●					●		●			●			●
3591002 เศรษฐกิจพอเพียง			●	●			●		●		●				●
กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี															
1161001 กีฬาและนันทนาการเพื่อคุณภาพชีวิต	●	●	●				●		●			●			●



กลุ่มวิชา / รหัสวิชา / ชื่อวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา		ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ		ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี		
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3
1161002 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	●	●	●				●		●			●			●
4001002 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อชีวิตประจำวัน		●		●	●	●			●	●	●	●		●	●
4001003 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ		●	●		●	●				●	●	●		●	●
4071001 สุขภาพและสุขอนามัย		●			●	●			●			●		●	
4091001 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	●	●	●		●				●			●	●		
4091003 คณิตศาสตร์กับการตัดสินใจ	●	●	●		●				●			●	●		
4121001 คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ	●	●	●		●	●			●			●	●		●
4121005 การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	●	●	●		●	●			●			●			●
4121006 โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการประยุกต์ใช้งาน	●	●	●		●	●			●			●			●
5001001 เกษตรในชีวิตประจำวัน	●	●			●	●			●		●	●		●	●
5071001 อาหารเพื่อสุขภาพ		●			●	●			●			●			●
5501001 เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน	●	●	●		●				●			●			●

## 2.2. หมวดวิชาเฉพาะ

### การพัฒนาการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	การประเมินผลการเรียนรู้
<p><b>1. คุณธรรม จริยธรรม</b></p> <p>1.1 การปฏิบัติตนตามกรอบระเบียบ ข้อบังคับของสถาบันและสังคม</p> <p>1.2 การแสดงออกถึงการมีวินัยในการเรียน ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเอง ของสถาบันและสังคม</p> <p>1.3 การแสดงออกถึงการเคารพและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์</p> <p>1.4 การแสดงออกถึงการมีจิตอาสา</p>	<p><b>1. คุณธรรม จริยธรรม</b></p> <p>1.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อบ่มเพาะให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา ตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง สถาบันและสังคม เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีจิตอาสา</p> <p>1.2 อาจารย์ผู้สอนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ในการสอนทุกรายวิชา</p> <p>1.3 มีการจัดกิจกรรมสำหรับพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม</p>	<p><b>1. คุณธรรม จริยธรรม</b></p> <p>1.1 มีการประเมินระหว่างเรียน โดยผู้เรียนประเมินตนเอง กลุ่มเพื่อน อาจารย์ และใช้วิธีการประเมินที่หลากหลาย ได้แก่ การสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม แบบประเมินตนเอง และประเมินจากการจัดกิจกรรมเสริมคุณธรรม จริยธรรม</p>
<p><b>2. ด้านความรู้</b></p> <p>2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา</p> <p>2.2 สามารถบูรณาการความรู้ในวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2.3 สามารถวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจประยุกต์ความรู้ ทักษะการมาใช้กับธุรกิจได้อย่างเหมาะสม</p>	<p><b>2. ด้านความรู้</b></p> <p>2.1 จัดกิจกรรมการเรียนการสอน โดยให้ผู้เรียนมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม สามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ บูรณาการความรู้และประยุกต์ความรู้ตามหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา โดยใช้กลวิธีการสอนที่หลากหลาย ทั้งการบรรยายร่วมกับการอภิปราย การค้นคว้า กรณีศึกษา</p>	<p><b>2. ด้านความรู้</b></p> <p>2.1 ทดสอบย่อย สอบกลางภาคเรียน และปลายภาคเรียน</p> <p>2.1 ประเมินรายผล การศึกษาดูงาน การเข้าร่วมอบรมสัมมนากับหน่วยงานภายนอก</p> <p>2.3 ประเมินจากพัฒนาการการเรียนรู้ของนักศึกษาจากการปฏิบัติจริง</p>

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	การประเมินผลการเรียนรู้
	ตลอดจน การบูรณาการความรู้ กับแหล่งเรียนรู้ในชุมชน หรือ วิทยากรผู้มีประสบการณ์	2.4 ประเมินรายงานทั้ง รูปแบบรายงาน และการ นำเสนอของนักศึกษา
<b>3. ด้านทักษะทางปัญญา</b> 3.1 คิดอย่างมีวิจารณญาณ และเป็นระบบ 3.2 สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็น ปัญหาที่ต้องการ 3.3 ทักษะในการคิดเชิง วิเคราะห์และวิพากษ์	<b>3. ด้านทักษะทางปัญญา</b> 3.1 การใช้กรณีศึกษาทาง ธุรกิจ 3.2 การอภิปรายกลุ่ม เกี่ยวกับปัญหาทางธุรกิจ 3.3 มอบหมายให้นักศึกษา จัดทำโครงการฝึกปฏิบัติการ หรือกิจกรรมทางธุรกิจ	<b>3. ด้านทักษะทางปัญญา</b> 3.1 ประเมินความสามารถ ในการแก้ไขปัญหาตาม กรณีศึกษา 3.2 ประเมินความรู้และ คำตอบที่ได้รับจากการอภิปราย กลุ่ม 3.3 ประเมินจากการสรุป รายงาน การนำเสนอในงานในชั้น เรียน
<b>4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ</b> 4.1 สามารถสื่อสารกับกลุ่ม คนหลากหลายและสามารถ สนทนาทั้งภาษาไทยและ ภาษาต่างประเทศอย่างมี ประสิทธิภาพ 4.2 มีความรับผิดชอบต่อ การกระทำของตนเอง และ รับผิดชอบต่องานในกลุ่ม 4.3 มีความสามารถในการ ทำงานเป็นทีม	<b>4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ</b> 4.1 ให้นักศึกษาทำ โครงการ/กิจกรรมที่ส่งเสริม การสร้างมนุษยสัมพันธ์และ ความรับผิดชอบต่อร่วมกับบุคคล/ หน่วยงาน ทั้งภายในและ ภายนอก 4.2 กำหนดการทำงานกลุ่ม โดยให้หมุนเวียนการเป็นผู้นำ และผู้ตาม 4.3 มอบหมายงานกลุ่มให้ส่ง และนำเสนอตามเวลาที่กำหนด	<b>4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ</b> 4.1 ประเมินผลงานกลุ่ม การส่งงานตามเวลาที่กำหนด และประสิทธิภาพในการ นำเสนอ 4.2 ประเมินพฤติกรรมการ ร่วมกิจกรรมกลุ่มโดยตนเอง และเพื่อนร่วมกลุ่ม 4.3 ประเมินผลการจัด โครงการ/กิจกรรมที่ทำร่วมกับ บุคคล/หน่วยงานภายในและ ภายนอกและความพึงพอใจ ของผู้เกี่ยวข้อง

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	การประเมินผลการเรียนรู้
<p>5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>5.1 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพโดยการเลือกใช้รูปแบบของการนำเสนอด้วยเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม</p> <p>5.2 สามารถใช้สารสนเทศมาวิเคราะห์เชิงปริมาณ</p>	<p>5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>5.1 กำหนดวิธีการสอนโดยนำเสนอสารสนเทศให้ผู้เรียนวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ</p> <p>5.2 การใช้วิธีการสอนที่ให้ผู้เรียนมีศักยภาพทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอผลงานที่ได้รับมอบหมาย</p>	<p>5. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>5.1 ประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และการนำเสนอผลงาน</p>

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาเฉพาะด้าน  
(Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

กลุ่มวิชา / รหัสวิชา / ชื่อวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ			ทักษะ การ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การ สื่อสาร และ การใช้ เทคโนโลยี	
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2
หมวดวิชาเฉพาะ															
1) วิชาแกน															
1551402 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1	●				●				●		●			●	
1551403 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2	●				●				●		●			●	
3531101 การเงินธุรกิจ		●	●		●				●					●	
3532102 การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ	●					●			●			●		●	
3541101 หลักการตลาด		●			●				●			●		●	
3561101 องค์กรและการจัดการ		●			●				●			●		●	
3564201 การจัดการเชิงกลยุทธ์		●			●				●			●		●	
3591101 หลักเศรษฐศาสตร์		●			●				●		●	●		●	

กลุ่มวิชา / รหัสวิชา / ชื่อวิชา		คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี	
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2
2) วิชาเอกบังคับ																
3521101	การบัญชี 1	●	●			●				●						
3521102	การบัญชี 2	●	●			●				●						
3542105	พฤติกรรมผู้บริโภค			●			●		●					●		●
3542202	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ		●					●	●					●	●	
3542405	การจัดการการขาย		●			●				●				●	●	
3542503	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	●	●				●			●			●		●	
3542509	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	●	●			●			●						●	
3543107	การตลาดเพื่อชุมชนและท้องถิ่น		●				●			●			●		●	
3543306	การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ		●					●	●					●	●	
3543308	การวิเคราะห์และการจัดทำแผนการตลาด				●			●		●	●			●	●	
3543407	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดการโลจิสติกส์		●			●				●			●		●	
3543502	เทคนิคการนำเสนอ	●	●				●							●	●	
3543601	การพยากรณ์ยอดขาย		●				●				●		●		●	
3544103	การตลาดระหว่างประเทศ			●		●				●			●		●	
3544901	การสัมมนาการตลาด		●				●	●		●				●	●	
3544902	การการวิจัยตลาด		●				●	●		●			●	●	●	

กลุ่มวิชา / รหัสวิชา / ชื่อวิชา		คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี	
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2
<b>3) วิชาเอกเลือก</b>																
3524301	การบัญชีเพื่อการจัดการ	●	●			●				●						
3541302	การค้าสมัยใหม่		●			●				●			●	●	●	
3542106	การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ		●			●				●				●	●	
3542201	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย		●				●			●			●		●	
3542204	การสื่อสารตราสินค้า		●				●			●			●	●	●	
3542406	การตลาดทางตรง		●			●				●			●		●	
3543104	การตลาดบริการ				●		●			●			●	●	●	
3543109	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม				●		●			●				●	●	
3543201	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์			●		●				●			●		●	
3543301	การจัดการการตลาด		●			●	●			●			●		●	
3543305	การจัดกิจกรรมทางการตลาด		●		●	●				●			●	●	●	
3543501	โปรแกรมสำเร็จรูปและการประยุกต์ใช้งานทางการตลาด	●	●			●				●			●		●	
3544601	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด		●				●				●		●		●	
3544904	สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด		●			●				●			●		●	
3544905	การตลาดจำลอง		●			●	●			●			●	●	●	

กลุ่มวิชา / รหัสวิชา / ชื่อวิชา		คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี	
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2
3601102	เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ	●	●			●			●						●	
<b>4) วิชาฝึกประสบการณ์ภาคสนาม</b>																
<b>4.1 แผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</b>																
3544801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	●	●			●	●		●		●	●	●		●	
3544802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด	●	●		●	●	●		●		●	●		●	●	
<b>4.2 แผนสหกิจศึกษา</b>																
3503801	การเตรียมสหกิจศึกษา	●	●			●	●		●		●	●	●		●	
3503802	สหกิจศึกษา	●	●		●	●	●		●		●	●		●	●	



## หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

### 1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

นักศึกษาต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนทั้งหมด จึงจะมีสิทธิ์สอบปลายภาค โดยการประเมินผลการเรียนแต่ละรายวิชาเป็นระบบค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น 8 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	4.00
B+	ดีมาก (Very Good)	3.50
B	ดี (Good)	3.00
C+	ดีพอใช้ (Fair Good)	2.50
C	พอใช้ (Fair)	2.00
D+	อ่อน (Poor)	1.50
D	อ่อนมาก (Very Poor)	1.00
E	ตก (Fail)	0.00

กรณีรายวิชาในหลักสูตรไม่มีการประเมินผลเป็นระดับคะแนนให้ใช้สัญลักษณ์แทน โดยเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ว่าด้วย การประเมินผลการศึกษาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ.2548

### 2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

#### 2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กำหนดแนวทางการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เรื่อง แนวทางการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษานับประกาศ ณ วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ.2556 ซึ่งเป็นการทวนสอบระดับรายวิชา ดังนี้

- 1) คณะฯ แต่งตั้งคณะกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตร โดยให้มีหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา
- 2) ให้อาจารย์ผู้สอนรายงานผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา (ตามที่ปรากฏในมคอ. 5) ต่อประธานโปรแกรมวิชาภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษา
- 3) ให้คณะกรรมการในข้อ 1 ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา อย่างน้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา
- 4) ให้คณะกรรมการในข้อ 1. ดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายวิธี ต่อไปนี้
  - 4.1 ให้นักศึกษาประเมินตนเองจากแบบประเมินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของรายวิชา
  - 4.2 ตรวจสอบข้อสอบรายวิชา ว่ามีการวัดผลได้ตรงตามจุดมุ่งหมายของรายวิชา
  - 4.3 ใช้การสัมภาษณ์นักศึกษาที่เรียนรายวิชา

4.4 ตรวจสอบผลการประเมิน จากวิธีการประเมินผลของมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน ตาม มคอ. 3 (รายละเอียดของรายวิชา) ว่ามีผลการประเมินตรงตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านที่ระบุ

4.5 วิธีอื่น ๆ ที่จะตรวจสอบได้ว่ามาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาเป็นไปตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา

สำหรับการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ระดับหลักสูตร ใช้ผลการประเมินจากการประเมินคุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ โดยผู้ใช้บัณฑิต/ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

## 2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

### 1) ด้านคุณธรรมจริยธรรม

1.1 มีการประเมินระหว่างเรียน โดยผู้เรียนประเมินตนเอง กลุ่มเพื่อน อาจารย์ และใช้วิธีการประเมินที่หลากหลาย ได้แก่ การสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม แบบประเมินตนเอง และประเมินจากการจัดกิจกรรมเสริมคุณธรรม จริยธรรม

### 2) ด้านความรู้

2.1 ทดสอบย่อย สอบกลางภาคเรียน และปลายภาคเรียน

2.1 ประเมินรายผล การศึกษาดูงาน การเข้าร่วมอบรมสัมมนากับหน่วยงานภายนอก

2.3 ประเมินจากพัฒนาการ การเรียนรู้ของนักศึกษาจากการปฏิบัติจริง

2.4 ประเมินรายงานทั้งรูปแบบรายงาน และการนำเสนอของนักศึกษา

### 3) ด้านทักษะทางปัญญา

3.1 ประเมินความสามารถในการแก้ไขปัญหาตามกรณีศึกษา

3.2 ประเมินความรู้และคำตอบที่ได้รับจากการอภิปรายกลุ่ม

3.3 ประเมินจากการสรุปรายงาน การนำเสนองานในชั้นเรียน

### 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ประเมินผลงานกลุ่ม การส่งงานตามเวลาที่กำหนด และประสิทธิภาพในการ

นำเสนอ

4.2 ประเมินพฤติกรรมการร่วมกิจกรรมกลุ่มโดยตนเอง และเพื่อนร่วมกลุ่ม

4.3 ประเมินผลการจัดโครงการ/กิจกรรมที่ทำร่วมกับบุคคล/หน่วยงานภายในและภายนอกและความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง

### 5) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

5.1 ประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และการนำเสนอผลงาน

### 3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. มีความประพฤติดี มีคุณธรรม
2. สอบได้รายวิชาต่าง ๆ ครบตามหลักสูตร รวมทั้งหลักสูตร หรือสภามหาวิทยาลัย กำหนดให้เรียนเพิ่ม
3. ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00
4. มีสภาพเป็นนักศึกษาไม่ต่ำกว่า 6 ภาคเรียนปกติ และไม่เกิน 16 ภาคเรียนปกติต่อกัน
5. เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ว่าด้วย การประเมินผลการศึกษาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ.2548

## หมวดที่ 6 หลักเกณฑ์การพัฒนาอาจารย์

### 1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

- 1.1 มีการปฐมนิเทศสำหรับอาจารย์ให้ทราบและเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายของมหาวิทยาลัย คณะ หรือหน่วยงานองค์กร
- 1.2 มีการแนะนำหลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผล และหน้าที่ คุณธรรม จรรยาบรรณ วิชาชีพ
- 1.3 ชี้แจงปรัชญา วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของหลักสูตร มอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น รายละเอียดหลักสูตร คู่มือการศึกษาและหลักสูตร คู่มืออาจารย์ ฎระเบียบต่าง ๆ
- 1.4 อบรมเทคนิควิธีการสอน การใช้สื่อ การวัดประเมินผล การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิจัยเพื่อพัฒนาการสอน การจัดทำรายละเอียดรายวิชาและแผนการสอน
- 1.5 กำหนดอาจารย์พี่เลี้ยงเพื่อช่วยเหลือให้คำแนะนำปรึกษา
- 1.6 ส่งเสริมและสนับสนุนอาจารย์ให้เพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ เช่น การอบรมหรือศึกษา ดูงาน ด้านวิชาการต่าง ๆ เพื่อการสอนที่มีประสิทธิภาพประสิทธิผลให้สูงขึ้น

### 2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์

#### 2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- 2.1.1 ตัดอบรมพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล
- 2.1.2 การศึกษาดูงาน การไปประชุม อบรม สัมมนา เพื่อพัฒนาวิชาชีพอาจารย์ การร่วมเครือข่ายพัฒนาวิชาชีพอาจารย์
- 2.1.3 การจัดทำเว็บไซต์ เอกสารเผยแพร่ การพัฒนาความรู้
- 2.1.4 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ เช่น การวิจัย การทำผลงานวิชาการ การนำเสนอผลงานทางวิชาการ การศึกษาต่อ การอบรมระยะสั้น
- 2.1.5 สนับสนุนให้คณาจารย์ทำการวิจัยค้นคว้า เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ หรือแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพอาจารย์และนักศึกษา
- 2.1.6 สนับสนุนให้คณาจารย์ได้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อการสร้างศักยภาพทางวิชาการ และคุณวุฒิจนถึงระดับสูงสุด

#### 2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านต่าง ๆ

- 2.2.1 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรม
- 2.2.2 ส่งเสริมให้อาจารย์ทำผลงานทางวิชาการสายตรงในสาขาวิชานิติศาสตร์
- 2.2.3 ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นหลักและเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ
- 2.2.4 จัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย

2.2.5 จัดให้อาจารย์ทุกคนเข้าร่วมกลุ่มวิจัยต่าง ๆ ของคณะ/ มหาวิทยาลัย

2.2.6 จัดให้อาจารย์เข้าร่วมกิจกรรมบริการวิชาการต่างๆ ของคณะ/ มหาวิทยาลัย

## หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

### 1. การบริหารหลักสูตร

1.1 มีคณะกรรมการประจำหลักสูตรเป็นผู้กำกับดูแลและคอยให้คำแนะนำตลอดจนแนวปฏิบัติให้แก่อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

1.2 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรวางแผนการจัดการเรียนการสอนร่วมกับผู้บริหารของคณะและอาจารย์ผู้สอน ติดตามและรวบรวมข้อมูล สำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร โดยกระทำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

1.3 มีการประเมินความพึงพอใจของหลักสูตรและการเรียนการสอน โดยบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา

1.4 จัดให้มีการเรียนการสอนร่วมกันระหว่างคณะทุกคณะเพื่อให้หลักสูตรมีคุณภาพ

### 2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน

#### 2.1 การบริหารงบประมาณ

1) มหาวิทยาลัยอนุมัติจัดสรรงบประมาณประจำปี ให้กับคณะทั้งงบประมาณแผ่นดิน และเงินรายได้เพื่อจัดหา ตำรา สื่อการเรียนการสอน โสตทัศนอุปกรณ์ วัสดุ ครุภัณฑ์อย่างเพียงพอ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนในชั้นเรียน และการสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมเอื้อต่อการเรียนรู้

2) คณะจัดให้มีผู้รับผิดชอบตรวจสอบการเบิกจ่ายงบประมาณเพื่อให้การดำเนินการต่าง ๆ ของคณะเป็นไปตามแผนงานและสามารถใช้งบประมาณเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่นักศึกษาให้มากที่สุด

#### 2.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

คณะวิทยาการจัดการมีความพร้อมด้านหนังสือ ตำรา และสืบค้นผ่านข้อมูลโดยมีห้องค้นคว้าวิจัยของคณะ และ/ หรือสำนักวิทยบริการที่เป็นผู้รับผิดชอบการให้บริการแก่นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรของมหาวิทยาลัย กาบริหารจัดการทรัพยากรที่ใช้ในการเรียน ได้แก่ หนังสือ ตำรา ฐานข้อมูล อุปกรณ์สนับสนุนการเรียน อยู่ในความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างคณะกับสำนักวิทยบริการ ซึ่งจำแนกเป็นหนังสือวารสารและฐานข้อมูลขอสาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วย

#### หนังสือ

ภาษาไทย	จำนวน	61,978	ชื่อเรื่อง	182,658	เล่ม
ภาษาอังกฤษ	จำนวน	5,493	ชื่อเรื่อง	7,657	เล่ม

#### วารสาร

ภาษาไทย	จำนวน	624	ชื่อเรื่อง	2,781	เล่ม
ภาษาอังกฤษ	จำนวน	62	ชื่อเรื่อง	121	เล่ม

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 13 ฐาน ได้แก่

- Thai Digital Collection (ฐานข้อมูลบทความ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย)
- ProQuest ABI/INFORM Complete (ฐานข้อมูลด้านธุรกิจ)
- Emerald Management (ฐานข้อมูลด้านการจัดการ)
- H.W. Wilson (ฐานข้อมูลบรรณานุกรม สารสนเทศ)
- Academic Search Premier (ASP) (ฐานข้อมูลสหสาขาวิชา)

### 2.3 การจัดการทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนที่สำคัญของสาขาวิชาการตลาด คือ เครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องปฏิบัติการ เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่ต้องเตรียมความพร้อมให้แก่บัณฑิต ส่วนใหญ่ในการทำงานจริงในวงการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงมีความจำเป็นที่นักศึกษาต้องมีประสบการณ์การใช้งานเครื่องมือ อุปกรณ์ ให้เกิดความเข้าใจหลักการ วิธีการใช้งานที่ถูกต้องและมีทักษะในการใช้งานจริง รวมทั้งการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศทั้งห้องสมุดและอินเทอร์เน็ต และสื่อการสอนสำเร็จรูป ดังนั้น ต้องมีทรัพยากรเพื่อจัดการเรียนการสอน ดังนี้

2.3.1 ห้องปฏิบัติการทางการตลาด (MK Minimart)

2.3.2 เครื่องคอมพิวเตอร์ จำนวน 10 เครื่อง

2.3.3 เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิทัล จำนวน 1 เครื่อง

2.3.4 เครื่องถ่ายเอกสาร จำนวน 1 เครื่อง

2.3.5 เอกสาร ตำรา วารสาร โดยสำนักวิทยบริการหรือแหล่งความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกในการสืบค้นความรู้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนมีหนังสือ ตำรา วารสาร ในสาขาวิชาที่เปิดสอน ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ในจำนวนที่เหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนนักศึกษา โดยประสานกับสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศในการซื้อหนังสือและตำราที่เกี่ยวข้องเพื่อบริการให้อาจารย์และนักศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าและใช้ประกอบการเรียนการสอน ซึ่งในการจัดซื้อหนังสืออาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาควรมีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายชื่อบริษัทผู้ผลิตหนังสือ ตลอดจนสื่ออื่น ๆ ที่จำเป็น

### 2.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

การเตรียมความพร้อมสนับสนุนการเรียนการสอนตามหลักสูตรให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ.2549 ว่าด้วยมาตรฐานด้านพันธกิจของการบริหารอุดมศึกษา และมาตรฐานด้านการสร้างและพัฒนาสังคม ฐานความรู้และสังคมแห่งการเรียนรู้ โดยมีกรประเมินความเพียงพอของทรัพยากรตามข้อกำหนดข้างต้น โดยการ

- จัดทำแบบสำรวจความต้องการจากนักศึกษาในการใช้ทรัพยากรสนับสนุนการเรียนการสอน
- จัดประชุมระดมความคิดเห็นจากอาจารย์ผู้ใช้ทรัพยากรการเรียนการสอน

### 3. การบริหารคณาจารย์

#### 3.1 การรับอาจารย์ใหม่

##### 1) การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

รองคณบดีฝ่ายวิชาการเป็นผู้กำกับดูแลจำนวนอาจารย์ เพื่อให้มีสัดส่วนนักศึกษาต่ออาจารย์เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา โดยจะต้องระบุคุณสมบัติด้านความรู้ ทักษะในการจัดการเรียนการสอน และประสบการณ์ด้านการทำวิจัย หรือประสบการณ์ด้านการประกอบวิชาชีพในสาขาวิชาที่สอน

มีระบบการคัดเลือกที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสามารถดำเนินการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

จัดให้มีการปฐมนิเทศ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจเกี่ยวกับ ปรัชญา วัตถุประสงค์ของหลักสูตร บทบาทความรับผิดชอบต่อหลักสูตร

##### 2) การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์

ผู้บริหารคณะ ผู้บริหารหลักสูตร จัดให้มีการพัฒนาความรู้และทักษะแก่อาจารย์ให้ตรงความต้องการของคณะ เพื่อให้อาจารย์สามารถปฏิบัติงานในภารกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ โดยให้การสนับสนุนกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาอาจารย์ในทุกรูปแบบภายใต้งบประมาณที่ได้รับการจัดสรร ดังนี้

- การพัฒนาทักษะการเรียนการสอน เช่น มีระบบอาจารย์พี่เลี้ยง อบรมวิธีการสอน การเขียนบทความทางวิชาการ การวิจัย การวางแผนและการเขียนประมวลการสอนรายวิชา การผลิตสื่อ ตำรา การสัมมนา เป็นต้น

- การพัฒนาวิชาการสาขาวิชาอื่น เช่น การศึกษาดูงาน การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตผลงานวิชาการเพื่อขอตำแหน่งทางวิชาการ ให้ทุนการศึกษาต่อในสาขาวิชาที่คณะต้องการหรือมีความจำเป็น

#### 3.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตาม และทบทวนหลักสูตร

คณาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและผู้สอน จะต้องประชุมร่วมกันในการวางแผนการจัดการเรียนการสอน ประเมินผลและให้ความเห็นชอบการประเมินผลทศวรรษวิชา เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเตรียมไว้สำหรับการปรับปรุงหลักสูตร ตลอดจนปรึกษาหารือแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตร และได้บัณฑิตเป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

#### 3.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ

มหาวิทยาลัยมีระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษตามคำแนะนำของคณะ โดยพิจารณาผู้มีคุณสมบัติที่เหมาะสม ตามที่คณะกำหนด ได้แก่ วุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป ในสาขาที่เกี่ยวข้อง ประสบการณ์ทำงาน และประสบการณ์ด้านวิชาการ ผลงานที่ประจักษ์ นอกจากนี้ คณะมีนโยบายให้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบวิชาชีพทางการตลาดที่มีชื่อเสียงและเป็นแบบอย่างที่ดี มาบรรยายพิเศษบางช่วงในรายวิชาต่าง ๆ ในกลุ่มวิชาบังคับ หรือวิชาชีพเลือก โยได้รับความเห็นชอบจากรองคณบดีฝ่ายวิชาการ และบรรจุอยู่ในแผนการสอนอย่างชัดเจน



#### 4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ไม่มีบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

#### 5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

##### 5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการ และอื่น ๆ แก่นักศึกษา

มหาวิทยาลัยแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการให้แก่นักศึกษาทุกคน โดยนักศึกษาที่มีปัญหาในการเรียนสามารถปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิชาการได้ โดยคณาจารย์ประจำสาขาวิชาทุกคนต้องทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาให้แก่นักศึกษา และทุกคนต้องกำหนดชั่วโมงให้คำปรึกษา (Office Hours) เพื่อให้ให้นักศึกษาเข้าปรึกษาได้ นอกจากนี้ควรให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำกิจกรรมแก่นักศึกษาด้วย

##### 5.2 การอุทธรณ์ของนักศึกษา

ในกรณีนักศึกษามีข้อสงสัยเกี่ยวกับผลคะแนนและเกรด สามารถยื่นคำร้องผ่านอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ที่ปรึกษาต่อรองคณบดีฝ่ายวิชาการ เพื่อขอให้พิจารณาและชี้แจงรายละเอียดของคะแนนให้แก่นักศึกษา

#### 6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และหรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

มหาวิทยาลัย/ คณะ มรการสำรวจเพื่อศึกษาสภาวะการมีงานทำและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตเป็นประจำทุกปี พร้อมนำผลการวิจัยมาปรับปรุงคุณภาพบัณฑิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม เพื่อให้บัณฑิตสามารถเข้าสู่ตลาดแรงงานด้านวิชาชีพ หรือการประกอบวิชาชีพอิสระได้

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

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน มีดังนี้

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่	ปีที่	ปีที่	ปีที่	ปีที่
	1	2	3	4	5
1) อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	×	×	×	×	×
2) มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ. 2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ หรือมาตรฐานคุณวุฒิสาखा/สาขาวิชา (ถ้ามี)	×	×	×	×	×
3) มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ. 3 และ มคอ. 4 อย่างน้อย ก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	×	×	×	×	×

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่	ปีที่	ปีที่	ปีที่	ปีที่
	1	2	3	4	5
4) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ. 5 และ มคอ. 6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	×	×	×	×	×
5) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ. 7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	×	×	×	×	×
6) มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ. 3 และ มคอ. 4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	×	×	×	×	×
7) มีการพัฒนา/ ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้ จากการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ. 7 ปีที่แล้ว	-	×	×	×	×
8) อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	×	×	×	×	×
9) อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/ หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	×	×	×	×	×
10) จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	-	-	-	-	-
11) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร น้อยเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0				×	×
12) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0					×

หมายเหตุ : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ไม่มีบุคลากรสายสนับสนุน

## หมวดที่ 8 การประเมิน และปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

### 1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

#### 1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

1.1.1 ก่อนสอนมีการประชุมร่วมกันของอาจารย์ในโปรแกรม เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่มีประสบการณ์และวางแผนการสอนสำหรับรายวิชาที่ผู้สอนแต่ละคนรับผิดชอบ

1.1.2 ขณะดำเนินการสอนมีการประเมินผลการสอนเป็นระยะๆ โดยการสังเกตของผู้สอน และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

#### 1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

1.2.1 การประเมินการสอนโดยนักศึกษาทุกปลายภาคการศึกษา โดยสำนักทะเบียนและประมวลผล

1.2.2 การประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอนและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานของรายวิชา

### 2. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

2.1 การประเมินโดยผู้มีส่วนร่วม (stakeholders) ได้แก่ ผู้เรียน ผู้สอน ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต ผู้ประกอบการ

2.2 การประเมินผลการจัดการเรียนการสอนโดยผู้เรียนทุกรายวิชา ทุกภาคการศึกษา

2.3 การประเมินผลกระทบจากการปฏิบัติงานของผู้สำเร็จการศึกษา (Impact Evaluation) ภายหลังจากสำเร็จการศึกษาทุก 5

### 3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

มีการดำเนินการประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปีตามดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยคณะกรรมการประเมินคุณภาพที่ได้รับการแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัย

### 4. การทบทวนผลการประเมิน วางแผนปรับปรุงหลักสูตรและแผนกลยุทธ์การสอน

4.1 อาจารย์ผู้สอนทบทวนผลการประเมินการสอนในระหว่างภาคการศึกษา ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนทันทีจากข้อมูลที่ได้รับ เมื่อสิ้นภาคการศึกษาอาจารย์ผู้สอนทำรายงานผลการดำเนินงานรายวิชาเสนอประธานโปรแกรม

4.2 อาจารย์ผู้หลักสูตรติดตามผลการดำเนินงานตามดัชนีบ่งชี้หมวดที่ 7 ข้อ 7 จากการประเมินคุณภาพภายใน

4.3 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสรุปผลการดำเนินงานหลักสูตร พิจารณาทบทวนผลการดำเนินงานและวางแผนปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อใช้ในรอบปีการศึกษาต่อไป

**ภาคผนวก ก**

คำอธิบายรายวิชา

- 1) หมดศึกษาทั่วไป
- 2) หมดวิชาเฉพาะ

## 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

### 1. กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร

รหัสวิชา                      ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                      น(ท-ป-อ)

541001                      ทักษะการใช้ภาษาไทย                      3(3-0-6)

#### Thai Language Usage Skills

หลักการ รูปแบบ และวิธีการใช้ภาษาในบริบทต่างๆจากทรัพยากรสารสนเทศ ฝึกปฏิบัติการคิดวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การจับประเด็น และการสรุปสาระสำคัญ โดยนำเสนอ ผลการศึกษาด้วยวาจาและลายลักษณ์

This course emphasizes to principle, style and language usage in diverse contexts from various information resources and to practice critical thinking, synthesis and summarizing, including to present the study by verbal and written communication.

1541002                      ภาษาและการสื่อสารเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ                      3(3-0-6)

#### Language and Communication for Specifics Purposes

หลักการ วิธีการใช้ภาษาและการสื่อสาร เพื่อให้บรรลุตามจุดประสงค์ของการ สื่อสาร ฝึกปฏิบัติการพูดและการเขียน และประเมินการพูดและการเขียน

This course emphasizes to principle, language usage and communication to achieve communication purposes, including to practice speaking and writing as well as an assessment of speaking and writing.

1551001                      ภาษาอังกฤษพื้นฐาน                      3(3-0-6)

#### Fundamental English

การเขียนประโยคเบื้องต้นตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ฝึกการอ่าน บทความภาษาอังกฤษสั้น ๆ ฝึกการฟัง และการพูดภาษาอังกฤษจากบทสนทนาต่าง ๆ

This course emphasizes on extended practice in writing basic sentences based on English grammar, reading short passages, listening to and speaking from various dialogues.

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
1551002	<b>ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร</b> <b>English for Communication</b> โครงสร้างและรูปแบบประโยคภาษาอังกฤษ จากสถานการณ์ต่างๆ มุ่งเน้นการฝึกทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน เพื่อให้สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องตามหลักไวยากรณ์	3(3-0-6)
	<p>This course emphasizes on English structure and forms based on diverse situations and practicing grammatical skills of English listening, speaking, reading and writing for communication.</p>	
1561001	<b>ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร</b> <b>Japanese for Communication</b> ความหมายของคำศัพท์และสำนวนภาษาญี่ปุ่นในบทสนทนาเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวัน ฝึกการฟัง การเขียน การอ่าน การเล่าเรื่องและอธิบายด้วยคำศัพท์ และสำนวนภาษาญี่ปุ่นในบทสนทนาเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวัน การอธิบายอย่างง่ายในชีวิตประจำวัน เพื่อสามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นได้ในสถานการณ์จริง	3(3-0-6)
	<p>Meaning of Japanese vocabularies and idioms in daily life situations, practicing various skills such as listening, writing, reading, and narrative skills by using Japanese vocabularies and idioms, the simple explanations in Japanese about everyday life for applying in real situations.</p>	
1571001	<b>ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร</b> <b>Chinese for Communication</b> หลักการออกเสียง การฟัง พูด บทสนทนาทั่วไปในชีวิตประจำวันเบื้องต้น ตามหลักไวยากรณ์เพื่อให้สื่อสารได้อย่างถูกต้อง และฝึกทักษะการพูดภาษาจีนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ตามสถานการณ์จริง	3(3-0-6)
	<p>Basic Chinese pronunciation, listening and speaking skills, grammatical usage for communication in daily life, Chinese vocabularies for applying in real life.</p>	

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
1571002	<b>ภาษาจีนพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว</b> <b>Fundamental Chinese for Tourism</b> คำศัพท์ สำนวน และบทสนทนาภาษาจีน ที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยวใน สถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม เพื่อการเดินทางโดยสารรถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน การเข้าพัก โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร การซื้อสินค้า และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยสนับสนุนการ ท่องเที่ยว การปฏิบัติตนในการเป็นเจ้าของประเทศที่ดี Chinese vocabularies, idioms and conversations in various situations such as travelling by cars, trains or airplanes, staying in a hotel, having a meal in a restaurant, shopping and other situations that related to businesses, to behave as a nice host country.	3(3-0-6)
1661001	<b>ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร</b> <b>Korean for Communication</b> ความหมายของคำศัพท์และสำนวนภาษาเกาหลีในบทสนทนาเรื่องทั่วไปใน ชีวิตประจำวัน ฟังการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน การเล่าเรื่องและอธิบายด้วยคำศัพท์ และ สำนวนภาษาเกาหลีในบทสนทนาเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวัน การอธิบายอย่างง่ายในชีวิตประจำวัน เพื่อสามารถใช้ภาษาเกาหลีได้ในสถานการณ์จริง Meaning of word and idioms in Korean, listening, speaking, reading, and writing, for short sentences and passages together with grammar, vocabulary, expressions for basic communication.	3(3-0-6)
1691001	<b>ภาษาพม่าพื้นฐาน</b> <b>Fundamental Burmese</b> การเรียนรู้พยัญชนะ สระและการออกเสียง หลักไวยากรณ์พื้นฐาน คำศัพท์และ สำนวน ฟังการฟัง การพูด การอ่านและการเขียนจากบทสนทนาเบื้องต้น Consonant, vowel and pronounce, fundamental grammar, word and idioms, listening, speaking, reading and writing from fundamental conversations.	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
1691002	<b>ภาษาพม่าเพื่อการสื่อสาร</b> <b>Burmese for Communication</b> ความหมายของคำศัพท์และสำนวนภาษาพม่าในบทสนทนาเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวัน ฝึกทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน การเล่าเรื่องและอธิบายด้วยคำศัพท์ และสำนวนภาษาพม่าในบทสนทนาเรื่องทั่วไป การอธิบายอย่างง่ายในชีวิตประจำวัน เพื่อสามารถใช้ภาษาพม่าได้ในสถานการณ์จริง Meaning of word and idioms in Burmese, listening, speaking, reading and writing, for short sentences and passages together with grammar, vocabulary, expressions for basic communication.	3(3-0-6)

## 2. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
1001003	<b>พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน</b> <b>Human Behavior and Self-Development</b> พฤติกรรมมนุษย์ วิธีการศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยพื้นฐานของพฤติกรรม ปัจจัยทางชีววิทยา ปัจจัยทางสังคมวิทยา ปัจจัยทางจิตวิทยา องค์ประกอบของพฤติกรรม ความฉลาดทางอารมณ์ การเข้าใจตนเองและการพัฒนาตนเอง มนุษย์สัมพันธ์ การทำงานเป็นทีมและการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข The human behavior, study behavior method, fundamental behavior factors, biological factors, social factors, psychological factors, elements of the behavior, emotional intelligence, self-understanding, self-development, human relations, teamwork, and happy living happily.	3(3-0-6)
1001005	<b>ทักษะการคิดและการตัดสินใจ</b> <b>Thinking and Decision Making Skill</b> กระบวนการคิดของมนุษย์ ตรรกศาสตร์และการใช้เหตุผล การวิเคราะห์ กระบวนการตัดสินใจ ความคิดสร้างสรรค์ การคิดแบบนิรนัย การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดแก้ปัญหา การประยุกต์ใช้ความคิดในชีวิตประจำวัน The process of human thought, logical thinking and reasoning, practice thinking process, analytical thinking, decision process, creative thinking, deductive thinking, and critical thinking, problem solving and application ideas in daily life.	3(3-0-6)



รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
1511001	<p><b>จริยธรรมกับมนุษย์</b> <b>Ethics and Human Beings</b></p> <p>ความหมายของจริยธรรมและมนุษย์ ความสำคัญของจริยธรรมต่อมนุษย์ ทฤษฎีทางจริยธรรม หลักจริยธรรมที่สำคัญทางปรัชญาและศาสนาสำหรับมนุษย์ การประยุกต์ใช้หลักจริยธรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตส่วนบุคคลและสังคม</p> <p>Meaning of ethics and human beings, the importance of ethics to human beings, the theory of ethics, the ethical principle of philosophy and religion for human beings, application for ethical principle to develop the quality of life for individual and society.</p>	3(3-0-6)
1511002	<p><b>ความจริงของชีวิต</b> <b>Facts of Life</b></p> <p>ความหมายของชีวิต ชีวิตมนุษย์ การดำรงชีวิตในสังคมโลกปัจจุบัน การนำเอาความจริงและหลักศาสนธรรมไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหา พัฒนาชีวิตและสังคม คุณธรรมจริยธรรม ตามหลักศาสนธรรม ชีวิตที่มีสันติสุข และสังคมที่มีสันติภาพ</p> <p>Meaning of life, human life, living in today's world, bringing out truth and religious doctrine to apply for solving problems and developing life, society, and ethical principles for happy life and peaceful society.</p>	3(3-0-6)
1521001	<p><b>พุทธศาสนา</b> <b>Buddhism</b></p> <p>ประวัติ องค์ประกอบต่างๆ และลักษณะสำคัญของพระพุทธศาสนา หลักธรรมสำคัญต่างๆ ของพระพุทธศาสนา พระพุทธศาสนากับสังคมไทย หลักจริยธรรมในพระพุทธศาสนา เน้นการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน การพัฒนาตน และการพัฒนาสังคม</p> <p>History, factors, and main characteristics of Buddhism, main doctrine of Buddhism, Buddhism and Thai society, ethical principles of Buddhism for practicing in daily life and developing oneself and society.</p>	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
1631001	<p><b>สารสนเทศเพื่อการศึกษาและการค้นคว้า</b> <b>Information for Study and Research</b></p> <p>ความหมาย ความสำคัญ บทบาทของสารสนเทศ มาตรฐานการรู้สารสนเทศ ทรัพยากรสารสนเทศ การจัดระบบทรัพยากรสารสนเทศ แหล่งสารสนเทศ เครื่องมือสืบค้น ทรัพยากรสารสนเทศ การเข้าถึงสารสนเทศ การอ้างอิง และการนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้า</p> <p>Definition, significance, role of information technology, information literacy standards, information resources, information resource management system, information sources, search engines for information resources, information access, reference, and research presentation.</p>	3(3-0-6)
2011001	<p><b>สุนทรียภาพทางทัศนศิลป์</b> <b>Aesthetics of Visual Arts</b></p> <p>สุนทรียภาพที่เกี่ยวกับความประทับใจและสะท้อนใจในธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ที่เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างผลงานทัศนศิลป์แขนงจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม พร้อมทั้งรับรู้องค์ประกอบความงาม หลักการจัดภาพ ทฤษฎีการถ่ายทอดของงานทัศนศิลป์ไทย จนเกิดคุณค่าของงานทัศนศิลป์ด้านความงามและเรื่องราว โดยผ่านขั้นตอนการเรียนรู้ในหลักการดูงาน ทัศนศิลป์เบื้องต้น และนำไปสู่การวิจารณ์ผลงานทัศนศิลป์ตามหลักวิชาการ</p> <p>Aesthetics related to impression and affection of nature and environment inspiring visual art work in painting, sculpture, and architecture, perceiving aesthetics element, composition principle, and theories of Thai visual arts presentations leading to the values in beauty and story through a learning process of basic principles of visual arts appreciation and academic criticism.</p>	3(3-0-6)
2051001	<p><b>สุนทรียภาพทางศิลปะการแสดง</b> <b>Aesthetics of Performing Arts</b></p> <p>การจำแนกข้อต่างในศาสตร์ของความงาม ความหมายของสุนทรียภาพทางศิลปะการแสดงองค์ประกอบของศิลปะการแสดงทางนาฏศิลป์ไทย นาฏศิลป์สากล ความสำคัญของการรับรู้ ศาสตร์ต่างๆ ของการเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหว ศิลปะการแสดง</p> <p>Distinguishing aesthetics, definitions of aesthetics of performing arts, components of Thai and international performing arts, the importance of perceptions, theories of seeing, hearing, moving and performing.</p>	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
2061001	<p><b>สังคีตนิยม</b></p> <p><b>Music Appreciation</b></p> <p>องค์ประกอบพื้นฐานของดนตรี เครื่องดนตรีไทย เครื่องดนตรีตะวันตก การประสมวงดนตรีไทย วงดนตรีตะวันตก คีตลักษณ์ที่พบเห็นทั่วไป คีตกรวีที่สำคัญและคีตวรรณกรรมที่ได้รับการยกย่องบางบท ประวัติดนตรีที่ควรทราบ และประสบการณ์การฟังดนตรีเพื่อก่อให้เกิดความซาบซึ้ง</p> <p>Fundamental components of music, Thai musical instruments, western musical instruments, the combination of Thai and western musical bands, common forms, dominant composers, and masterpiece of literary work.</p>	3(3-0-6)
3501001	<p><b>การพัฒนาภาวะผู้นำ</b></p> <p><b>Leadership Development</b></p> <p>ความหมาย ความสำคัญ พัฒนาการของแนวคิดและทฤษฎีภาวะผู้นำ การพัฒนาภาวะผู้นำ การตัดสินใจ การจูงใจและสร้างขวัญกำลังใจ การติดต่อสื่อสารและพัฒนาทีมงาน การจัดการความขัดแย้ง การจัดการการเปลี่ยนแปลง</p> <p>Definition, an emphasis, development in concepts and theories of leadership, leadership development, decision, motivation and moral, communication and development on teamwork conflict management and changes management.</p>	3(3-0-6)
3501003	<p><b>การพัฒนาบุคลิกภาพและศิลปะการเข้าสังคม</b></p> <p><b>Personality Development and the Art of Socializing</b></p> <p>ความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบของบุคลิกภาพ การพัฒนาบุคลิกภาพในด้าน การพูด การแต่งกาย การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ศิลปะการเข้าสังคม</p> <p>Definition, importance and components of the personality, personality development in speech, dress, interaction between individuals and the art of socializing.</p>	3(3-0-6)

## 3. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
2501001	<p><b>ประวัติศาสตร์สังคมและวัฒนธรรมไทย</b>  <b>History of Thai Society and Culture</b></p> <p>พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในสังคมไทย เงื่อนไขหรือปัจจัยที่กำหนดลักษณะความเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมไทย มรดกทางวัฒนธรรมที่ตกทอดจากอดีตมาสู่ปัจจุบัน ความเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์และปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้นในสังคมไทยร่วมสมัย</p> <p>Political development history, economy, Thai social and cultural, conditions or factors of determining and changing political structure economy, Thai society and culture, the cultural heritage transfers from the early time to present, understanding social phenomenon and problems in Thai contemporary society.</p>	3(3-0-6)
2501003	<p><b>จิตสาธารณะและพันธะทางสังคมของพลเมือง</b>  <b>Public mind and Civic Social Engagement</b></p> <p>บทบาทหน้าที่ จิตสำนึกและความรับผิดชอบของการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม พันธะทางสังคมของพลเมือง กระบวนการพัฒนาจิตสาธารณะ ความเป็นพลเมืองที่ดีในระบอบประชาธิปไตย การมีคุณธรรม จริยธรรม แนวคิด หลักการการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในสังคมไทย สาเหตุ ผลกระทบที่เกิดจากการทุจริตประพฤติมิชอบในมิติต่างๆ แนวทางแก้ไขโดยการประยุกต์แนวคิดความเป็นพลเมือง</p> <p>Social role, conscience, and responsibility of being good members of society, civic social engagement, development process for public mind, being good citizens in a democracy, morality and ethics including concepts for prevention and suppression on corruption in Thai society, causes and impacts of corruption and solutions of corruption by applying citizenship concepts.</p>	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
2501004	<p><b>สหวิทยาการสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา</b>  <b>Interdisciplinary Social Science for Development</b></p> <p>ปรากฏการณ์ที่สำคัญของโลก อาเซียนและไทย ในมิติสหวิทยาการทางสังคม เพื่อให้เกิดมุมมองต่อความหลากหลายและเข้าปฏิสัมพันธ์ในโลกสมัยใหม่ จิตสำนึกสากล โลกทัศน์ใหม่ในมิติทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม ชาติและความเป็นชาติ การรวมกลุ่มในโลกปัจจุบัน สันติศึกษา ศาสนาสำหรับโลกสมัยใหม่ ความเป็นพลเมืองโลก เพศสภาวะและเพศสภาพ สังคมสมัยใหม่</p> <p>Significant interdisciplinary social science phenomena round the world, in ASIAN and in Thailand in order to create a perspective on diversity, modern global interaction, global mindset, a modern worldview of politic, economy, society and culture, national state and nationalism, civic community, peach studies, religions for new world, global citizenship, gender and sexuality and modern society.</p>	3(3-0-6)
2521001	<p><b>โลกาภิวัตน์และท้องถิ่นวิวัตน์</b>  <b>Globalization and Localization</b></p> <p>แนวคิด รูปแบบการเปลี่ยนแปลงของสังคมชนบทไทยที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กับโลก และประเทศในกลุ่มอาเซียน การเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมอุตสาหกรรม สังคมสมัยใหม่ และสังคมหลังสมัยใหม่ผ่านวาทกรรมว่าด้วยการพัฒนาทั้งการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและ วิถีชีวิตอันเป็นผลมาจากโลกาภิวัตน์ และขบวนการเคลื่อนไหวท้องถิ่นวิวัตน์</p> <p>This module is focusing on concepts and characteristics of Thai rural changes related to the world and Asian countries, this course will explore the transformation of agricultural to industrial society and modernity to post modernity, the course will engage with discourses in accordance with development and transformation of socioeconomic, culture, and way of life as a result of globalization and social movement of localization.</p>	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
2521002	<p><b>อาเซียนศึกษา</b> <b>ASEAN Studies</b></p> <p>ความหมาย ความสำคัญ ความเป็นมาของอาเซียน กฎบัตร การเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม วิถีอาเซียน ความสามารถในการแข่งขัน เขตการค้าเสรี เขตเศรษฐกิจพิเศษ การเคลื่อนย้ายอย่างเสรีของสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน แรงงานทักษะ และตลาดอาเซียน การท่องเที่ยว การเกษตร การศึกษา การกีฬา สุขภาพ และช่องว่างของการพัฒนาอาเซียน</p> <p>Definition, importance, background, charter, politics, economy, society, culture, ASIAN way, competitiveness, free trade area, special economic zone, free circulation, service, investment, capital, skilled labors and ASEAN market, tourism, agriculture, education, sports, health, and development gap.</p>	3(3-0-6)
2541001	<p><b>มนุษย์ ชุมชนและสิ่งแวดล้อม</b> <b>Human Beings, Community and Environment</b></p> <p>ระบบนิเวศ มนุษย์ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม และความสัมพันธ์ทางพื้นที่ ความหลากหลายทางชีวภาพ ผลกระทบที่เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อม ด้านการใช้พลังงาน ด้านการเกษตร แนวทางการแก้ปัญหาจริยศาสตร์สิ่งแวดล้อม หลักการอนุรักษ์ การมีส่วนร่วมการจัดการเชิงบูรณาการ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน</p> <p>Ecology, human beings, community, environment, relations among human beings, community and environmental, spatial relation, biodiversity, the impact of human activities on environment such as energy consumption and agriculture, solutions to the problem of environment ethics, conservation principles, participation in integrative management, and sustainable development.</p>	3(3-0-6)
2541002	<p><b>การจัดการทรัพยากรท้องถิ่น</b> <b>Local Resource Management</b></p> <p>ทรัพยากรท้องถิ่น การจัดการแบบบูรณาการเชิงระบบ โดยมุ่งใช้มาตรการทางสังคม เศรษฐศาสตร์ นิติศาสตร์ ธรรมภิบาล ภูมิปัญญาท้องถิ่น การมีส่วนร่วม หลักความพอเพียง การจัดการสิ่งแวดล้อม การพัฒนาอย่างยั่งยืน และเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ เพื่อเน้นความเป็นชุมชน ท้องถิ่นและความยั่งยืน</p> <p>Local resources management with systematic integrative management focusing on social measures, economics, law, good governance, local wisdom, participation, sufficiency, environment management, sustainable development, and geographic information technology in order to emphasize community, locality, and sustainability.</p>	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
2551002	<p><b>ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเมืองการปกครองไทย</b>  <b>Fundamental Knowledge on Thai Politics and Government</b></p> <p>แนวคิด และวิวัฒนาการของการเมืองการปกครองไทย รัฐธรรมนูญ พัฒนาการทางประชาธิปไตยของไทยรวมทั้งกระบวนการทางการเมืองและบทบาทและหน้าที่ของสถาบันทางการเมืองไทย การจัดระเบียบการปกครอง ตลอดจนวิเคราะห์ปัญหาและแนวโน้มการเมืองไทยในอนาคต</p> <p>Concepts and evolution of Thai politics and government, constitution, Thai democratic development including political process, role and duties of political institutions, governing management, analyzing problems and future tendency of Thai politics.</p>	3(3-0-6)
2561001	<p><b>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย</b>  <b>Introduction to Laws</b></p> <p>ความรู้พื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับกฎหมาย ที่มา ลักษณะและชนิดต่างๆของกฎหมาย การใช้และการยกเลิกกฎหมาย หลักทั่วไปของกฎหมายแพ่งและอาญา</p> <p>The basic knowledge, source, characteristics and types of laws including usage and abrogation of laws, the general principles of civil and criminal laws.</p>	3(3-0-6)
3501004	<p><b>การริเริ่มการประกอบธุรกิจ</b>  <b>Business Initiation</b></p> <p>ความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการริเริ่มธุรกิจ การประเมินความพร้อมในการประกอบธุรกิจ การค้นหาโอกาสทางธุรกิจ การวางแผนธุรกิจ การเข้าสู่ตลาด การประเมินผลและการปรับปรุงธุรกิจ</p> <p>Definition, significance and processes of business initiation, business readiness assessment, searching for business opportunities, business planning, market entry and business assessment and improvement.</p>	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3531001	<p><b>การเงินในชีวิตประจำวัน</b> <b>Finance in Daily Life</b></p> <p>การวางแผนและการบริหารการเงินในชีวิตประจำวันสำหรับบุคคลและครอบครัวเพื่ออนาคต การวางแผนการออม การลงทุน และหลังการเกษียณ วิธีการของสินเชื่อส่วนบุคคลและการลงทุน การรู้จักใช้เงินเพื่อสุขภาพและพักผ่อนบันเทิง</p> <p>Financial planning and management in daily life for personal and family future, saving plan, investment plan and retirement plan, how to implement personal and investment loans, how to spend money for healthcare, relaxation and entertainment.</p>	3(3-0-6)
3541001	<p><b>การเป็นผู้ประกอบการ</b> <b>Entrepreneurship</b></p> <p>แนวคิดและทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการ องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความพร้อมในการประกอบการ การมองหาโอกาส และความท้าทายในการเป็นผู้ประกอบการ แนวทางการจัดตั้งธุรกิจ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม กฎหมายที่เกี่ยวข้องของแนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>Concepts and theories of entrepreneurship, elements regarding the readiness on implementation, opportunities and challenges entrepreneur, business theories, ethics and responsibility, related law trends to be the entrepreneur.</p>	3(3-0-6)
3591002	<p><b>เศรษฐกิจพอเพียง</b> <b>Sufficiency Economy</b></p> <p>ความหมาย หลักการ และแนวทางการดำเนินชีวิตตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เรียนรู้จากการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความเสียสละ มีจิตอาสา เป็นแบบอย่างที่ดีในวิถีชีวิตแห่งความพอเพียง การสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นในบริบทของสังคมยุคใหม่ การสืบสานแนวคิด รูปแบบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้รู้จักความจริงของชีวิต การนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิตให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง</p> <p>Definition, principles, and guidelines for living base on the sufficiency economy philosophy, learning from actions in order to produce sharing-mind, volunteer, and being a good role model of sufficient ways of life, continuation of local wisdom in the context of new-age society, conceptual model of sufficiency economy philosophy to know the truth of life, adoption the sufficient economy philosophy's principles to live in the changing society appropriately.</p>	3(3-0-6)



## 4. กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
1161001	กีฬาและนันทนาการเพื่อคุณภาพชีวิต <b>Sports and Recreation for Quality of Life</b> ความสำคัญและความจำเป็นของการเล่นกีฬาและการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต ขอบข่ายของกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ คุณค่าของกิจกรรมกีฬาและนันทนาการต่อร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม การประเมินสุขภาพของตนเอง การเลือกรูปแบบของกิจกรรม กีฬาและนันทนาการ ฝึกทักษะเบื้องต้นในการเล่นกีฬา การจัดกิจกรรมทางนันทนาการ The significance and the necessity of sports and recreational activities to improve the quality of life, scope of sports and recreational activities, the value of sport and recreational activities on physical, mental, emotional and social, assessment of one's health, select of types of sports and recreations, train of basic sport skills and to organize the recreational activities.	3(2-2-5)
1161002	การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ <b>Exercise for Health</b> ความหมาย ขอบข่าย จุดมุ่งหมาย และคุณประโยชน์ของการออกกำลังกาย หลักการและขั้นตอนของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อพัฒนาสมรรถภาพทางกายด้านต่าง ๆ การเลือกกิจกรรมการออกกำลังกายให้สอดคล้องกับเพศและวัย การประเมินผล การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือการออกกำลังกาย การฝึกการออกกำลังกายในสถานบริการออกกำลังกาย การทดสอบสมรรถภาพทางกาย Definition, scope, purpose and benefits of exercise, the principles and procedures of the exercise, exercise to improve performance physical aspects, the selection of physical activities in accordance the exercises properly, using the equipment and exercises, training exercise in the fitness facility and physical fitness test.	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
4001002	<b>วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อชีวิตประจำวัน</b> <b>Science and Technology for Daily Life</b> ความหมายของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี องค์ประกอบ และกระบวนการแสวงหาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ พลังงาน สารเคมี เทคโนโลยี สมุนไพรในชีวิตประจำวัน The definition of science and technology, elements and the process of acquiring scientific knowledge, technology, energy, chemicals and herbs in everyday life.	3(3-0-6)
4001003	<b>การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ</b> <b>Environments and Natural Resources Conservation</b> ความหมาย ประเภทของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติต่อระบบสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ อธิบายสถานการณ์สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันในประเทศและโลก ปัญหา ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนควบคู่กับหลักคุณธรรมและจริยธรรม Definition and category of environment and natural resources, importance of the environment and natural resources, the environment and humans. The environmental condition currently occurring in the country and the world. Impact on the environment and natural resources, conservation and sustainable management of natural resources, coupled with the moral and ethical principles.	3(3-0-6)
4071001	<b>สุขภาพและสุขอนามัย</b> <b>Health and Health Care</b> ลักษณะสุขภาพที่ดี การป้องกันโรคและยาเสพติด การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การส่งเสริมสุขภาพ โรคติดต่อ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ การคุมกำเนิด อุบัติเหตุและการป้องกัน สิ่งแวดล้อมและสุขอนามัยในการประกอบอาชีพ และระบบหลักประกันสุขภาพ Healthy, disease prevention and drugs, first aids , health promotion, communicable disease, sexually transmitted disease, contraception, accident prevention, health care and environment for careers and health care coverage.	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
4091001	<p><b>คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน</b>  <b>Mathematics in Daily Life</b>            ดอกเบี้ย การซื้อเงินผ่อน การเช่าซื้อ การจำนอง การจำหน่ายและการขายฝาก การคำนวณภาษี คณิตศาสตร์การเงินเบื้องต้น การประยุกต์ใช้ความรู้คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน            Interest, the credit, leasing, mortgage, pawning, and for sale, tax calculation, introduction to mathematical finance, application of mathematics in everyday life.</p>	3(3-0-6)
4091003	<p><b>คณิตศาสตร์กับการตัดสินใจ</b>  <b>Mathematics and Decision Making</b>            ตรรกศาสตร์และการให้เหตุผล ระเบียบวิธีทางสถิติ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจาย ความน่าจะเป็นและทฤษฎีการตัดสินใจเบื้องต้น กำหนดการเชิงเส้น ฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสถิติและการตัดสินใจ            Logic and reasoning, statistical methods, measure of central tendency, measure of dispersion, elementary of probability and decision theory, the practice using statistical software and decision making.</p>	3(3-0-6)
4121001	<p><b>คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ</b>  <b>Computer and Information Technology</b>            การใช้ระบบปฏิบัติการ โปรแกรมรรถประโยชน์ การใช้งานอินเทอร์เน็ต การสืบค้นข้อมูลสารสนเทศ เรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสมัยใหม่ การประยุกต์ใช้งานกฎหมายและจริยธรรม จรรยาบรรณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ            Using operating system, utility programs, using the internet, information searching, learning for information technology and communication, applied to education, the laws and morality ethics in information technology.</p>	3(2-2-5)
4121005	<p><b>การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์</b>  <b>Website Design and Development</b>            การใช้เครื่องมือและวิธีการในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ การประยุกต์ใช้กับระบบงานขององค์กร การสร้างและออกแบบเว็บเพจโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป            Using tools and methods in the design and development of websites, the application of the system of organization, creating and designing webpages by using computer software.</p>	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
4121006	<p>โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการประยุกต์ใช้งาน Package Software for Application)</p> <p>การใช้โปรแกรมด้านการประมวลผลค่า โปรแกรมด้านการนำเสนอผลงาน และโปรแกรมกระดานคำนวณอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้งานในชีวิตประจำวัน</p> <p>Using word processing software, presentation software and electronic spreadsheet software for application in the daily life.</p>	3(2-2-5)
5001001	<p>เกษตรในชีวิตประจำวัน Agriculture in Daily Life</p> <p>วิวัฒนาการ และความสำคัญของการเกษตร ระบบการเกษตรที่เหมาะสม การผลิตพืช การผลิตสัตว์ เกษตรอินทรีย์ การเกษตรตามแนวพระราชดำริ ปัจจัยสภาพแวดล้อมต่อการผลิตทางการเกษตร ผลพลอยได้จากการเกษตรและการใช้ประโยชน์ ผลกระทบจากการประกอบอาชีพเกษตรกรกรม</p> <p>Evolution and importance of agriculture, suitable agricultural production systems, plant production, organic agriculture, royal initiative agriculture, environmental factors affecting agriculture production, agricultural by-products and their user, the impact of the agricultural occupations.</p>	3(3-0-6)
5071001	<p>อาหารเพื่อสุขภาพ Food for Health</p> <p>อันตรายจากอาหาร ปัญหาสุขภาพและโรคที่เกิดจากอาหาร สิ่งเจือปนและสิ่งปนเปื้อนในอาหารที่มีผลต่อสุขภาพ หลักการบริโภคอาหารเพื่อให้มีสุขภาพดี สุขลักษณะของอาหารกับสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาหารชีวจิต อาหารและสมุนไพร อาหารดัดแปลงพันธุกรรม ฉลากอาหารและฉลากโภชนาการ</p> <p>Food hazard, health problems and food borne disease, effect of impurities and food contaminants on human health, principles of food consumption for good health, food hygiene for health, dietary supplements, organic food, food and herbs, genetically modified food, food labeling and nutrition labeling.</p>	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
5501001	<b>เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน</b> <b>Technology in Daily Life</b> ความเป็นมาเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน เทคโนโลยีท้องถิ่น ทางเลือกในการใช้เทคโนโลยี การใช้เครื่องมือ เครื่องจักร เครื่องใช้ต่าง ๆ การดูแลรักษาเครื่องมือ และการซ่อมบำรุง Background on the technology used in everyday life, local technology, alternative to use technology, using equipment, machinery, various utensils and equipment maintenance.	3(3-0-6)

## 2. หมวดวิชาเฉพาะ

### 2.1 วิชาแกน

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
1551402	<b>ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1</b> <b>Business English 1</b> วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน: ไม่มี ฝึกการใช้ภาษาอังกฤษธุรกิจ เพื่อการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน การสื่อสาร ทางโทรศัพท์ ระหว่างองค์กร สำนักงาน ภายในและภายนอกสำนักงาน การสั่งซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ โครงสร้างองค์กรและคำศัพท์ทางธุรกิจเฉพาะ Prerequisite: None. Business English practice for daily contact, making on the phone, communication between organizations hotels, inside and outside, ordering goods and products, organize structuring as well as business specification words.	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
1551403	<p><b>ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2</b> <b>Business English 2</b></p> <p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : 1551403 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1</p> <p>ฝึกการใช้ภาษาอังกฤษธุรกิจที่กว้างขึ้นในโลกธุรกิจ การเงินธนาคาร การนำเสนอ ข้อมูลทางธุรกิจ รายงานบริษัท การตลาด การต่อรอง วาระการประชุม บันทึกและรายงานการประชุม</p> <p>Prerequisite: 1551403 Business English 1.</p> <p>Business English practice on globalization, financing and banking, company presentation, business reporting, marketing, negotiating, agenda, memorandum as well as reporting on a meeting.</p>	3(3-0-6)
3541101	<p><b>การเงินธุรกิจ</b> <b>Business Finance</b></p> <p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : 3521101 การบัญชี 1</p> <p>หลักการ เป้าหมายและหน้าที่ด้านการเงิน โดยเน้นเทคนิคและวิธีการที่ใช้ในการคำนวณ การวิเคราะห์ผลการคำนวณ การวางแผนทางการเงิน การคำนวณมูลค่าของเงินตามระยะเวลา การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดการงบลงทุน ปัจจัยดอกเบี้ยเพื่อการตัดสินใจ การจัดหาเงินทุนระยะสั้นและระยะยาวในตลาดเงินและตลาดทุน ต้นทุนและนโยบายเงินปันผล การรวมและเลิกกิจการ</p> <p>Prerequisite: 3521101 Accounting 1</p> <p>The principle goals and financial function, techniques and method in the calculation, results of the calculation analysis, financial planning, the value money according to time calculation, working capital management, the investment budget, financial interest for decision, short and long term in the money and capital market, cost and policy for dividend payment, integration and termination business.</p>	3(3-0-6)

<b>รหัสวิชา</b>	<b>ชื่อและคำอธิบายรายวิชา</b>	<b>น(ท-ป-อ)</b>
3532102	การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ Taxation and Business Laws	3(3-0-6)

วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีอากร หลักการของภาษีอากรตามประมวลรัษฎากรไทย ตลอดจนเข้าใจวิธีการและหลักการคำนวณภาษีอากรประเภทต่าง ๆ อันได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์และภาษีอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ตลอดจนศึกษาถึงหลักกฎหมายทั่วไปที่เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น บริษัท จำกัด ห้างหุ้นส่วน เป็นต้น และหลักกฎหมายตามประมวลกฎหมายแพ่งพาณิชย์ ว่าด้วยนิติกรรม สัญญาและกฎหมายแรงงานสัมพันธ์

Prerequisite: None.

General knowledge about taxation, the principle of taxation by the Thai revenue processor, the method calculation, taxation, including personal income tax, cooperate income tax, value added tax, specific business tax, revenue stamp and other taxes on business, the general principle of law, relating to the establishment, various business models, cooperation, partnership, according to the civil code, commercial law, the legal, and contract labor relation.

<b>3541101</b>	<b>หลักการตลาด</b> <b>Principles of Marketing</b>	<b>3(3-0-6)</b>
----------------	------------------------------------------------------	-----------------

บทบาทและความสำคัญของการตลาดที่มีต่อสังคม และเศรษฐกิจ พัฒนาการของแนวความคิดการตลาดกิจกรรมและหน้าที่ต่าง ๆ ทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แรงผลักดันทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์สำหรับส่วนประสมการตลาด การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจกรรมการตลาด

Roles and importance of marketing to social and economy, development of marketing concept, operations and functions, business environment, international and cultural, characteristics and purchasing behaviors of each markets, factors to determinate of marketing mix, strategies for marketing mix, applying for modern technology to marketing operations.

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3561101	<p><b>องค์การและการจัดการ</b> <b>Organization and Management</b></p> <p>ประเภทขององค์การ แนวคิดทฤษฎีทางการจัดการหน้าที่ของการจัดการ ตั้งแต่การวางแผนและการจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดโครงสร้างองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การนำและการควบคุมพร้อมทั้งนำทฤษฎีทางการจัดการมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการทำงานในองค์การเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การเทคนิคการจัดการสมัยใหม่</p> <p>Types of organizations, management concepts and theories, management functions from strategic planning and management, organization structuring, to human resource management, directing and control, management theory application to achieve goal of organization and modern management techniques.</p>	3(3-0-6)
3564201	<p><b>การจัดการเชิงกลยุทธ์</b> <b>Strategic Management</b></p> <p>แนวคิดการวางแผนและการบริหารเชิงกลยุทธ์ ความแตกต่างของการวางแผนและการบริหารทั่วไป องค์ประกอบของการวางแผนเชิงกลยุทธ์การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ กระบวนการ และเทคนิคการวางแผน การวางนโยบายธุรกิจ โครงสร้างสภาพแวดล้อมแห่งการแข่งขัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก กลยุทธ์รวมของธุรกิจ การประเมินผลและการติดตาม</p> <p>Concept of strategic planning and management, difference between general management and strategic management, components of strategic management from business goal-setting, process of strategic management, industry structure analysis to competitive environment analysis, internal and external environment analysis, other techniques to set business wholistic strategies, evaluation and monitoring.</p>	3(3-0-6)
3591101	<p><b>หลักเศรษฐศาสตร์</b> <b>Principles of Economics</b></p> <p>แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ ประกอบด้วยอุปสงค์ อุปทาน ความยืดหยุ่น พฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิต การกำหนดราคาในตลาด รายได้ประชาชาติ นโยบายการเงิน นโยบายการค้า การค้าระหว่างประเทศและการพัฒนาเศรษฐกิจ</p> <p>Economic concept, consist of demand, supply, elasticity, consumer behavior, production theory, national income, monetary policy and fiscal policy, international trade and development economy.</p>	3(3-0-6)



## 2.2 วิชาเอกบังคับ

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3521101	<p><b>การบัญชี 1</b> <b>Accounting 1</b></p> <p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี</p> <p>แนวคิด ทฤษฎีและวิวัฒนาการทางการบัญชี ความหมายและวัตถุประสงค์ของการบัญชีประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงินหลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีคู่การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไปและสมุดรายวันเฉพาะ และการผ่านรายการไปยังบัญชีแยกประเภทการปรับปรุงและปิดบัญชีเมื่อสิ้นงวดการจัดทำงบทดลองกระดาษทำการการจัดทำรายงานทางการเงินของกิจการให้บริการและซื้อขายสินค้า คำศัพท์เฉพาะทางด้านบัญชี</p> <p>Prerequisite: None.</p> <p>Concept, theory, evolution and objectives of accounting. The benefit of accounting information, conceptual framework for financial reporting, principle and accounting method of double entry accounting. Make a note into the journal and special journal and posts to the general ledger. To improve and close the account at the end of period, preparation of trial balance and work sheet. The preparation of financial reports of both service and merchandising Accounting terminology.</p>	3(2-2-5)
3521102	<p><b>การบัญชี 2</b> <b>Accounting 2</b></p> <p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : 3521101 การบัญชี 1</p> <p>การบัญชีเกี่ยวกับระบบใบสำคัญและระบบเงินสดย่อย การทำงานพิสูจน์ยอดเงินฝากธนาคาร การบัญชีเกี่ยวกับตัวเงิน การประมาณการค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ การคำนวณค่าเสื่อมราคาตามวิธีต่าง ๆ การคำนวณราคาทุนของสินค้าคงเหลือ ภาษีมูลค่าเพิ่ม การบัญชีอุตสาหกรรม การบัญชีเกี่ยวกับหน่วยงานภาครัฐและกิจการที่ไม่ได้แสวงหาผลกำไร</p> <p>Prerequisite: 3521101 Accounting 1.</p> <p>This course is relevant to voucher system and petty cash, bank reconciliation, note receivable, depreciation, mathematic of Inventory, value added tax (VAT), Industry Accounting, The accounting of government agencies and nonprofit.</p>	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3542105	<b>พฤติกรรมผู้บริโภค</b> <b>Consumers Behavior</b> ความหมาย หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค แนวทางในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ Definition, principles and concepts of consumer behavior, factors influencing for decision to purchase and use the product, influence of the marketing mix to consumer behavior, the importance of the study of consumer behavior, the analysis of consumer behavior in order to plan marketing strategies effectively.	3(3-0-6)
3542202	<b>การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ</b> <b>Integrated Marketing Communication (IMC)</b> ความหมาย ความสำคัญปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผน ทั้งการตัดสินใจเลือกเป้าหมายในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ วิเคราะห์ความต้องการทัศนคติของผู้บริโภค ค่าใช้จ่ายคุณค่าที่จะได้รับจากการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ การทดสอบและวัดประสิทธิภาพ การปรับปรุงสื่อและข่าวสาร การวางแผนรณรงค์การสื่อสารแบบบูรณาการ Definition, significance and factor for planning, decision marketing, integrated marketing communications, customer needed analysis, attitude, cost value, a variety of media, testing and efficiency measurement, media improvement and news, promotion planning, integrated marketing communication.	3(2-2-5)
3542405	<b>การจัดการการขาย</b> <b>Sale Management</b> บทบาทความรับผิดชอบขอบเขตงานของผู้บริหารหน่วยงานขาย การจัดรูปแบบความสำคัญขององค์การฝ่ายขาย การบริหารงานบุคคลในส่วนที่เกี่ยวกับการขาย การควบคุมการปฏิบัติงานขาย การวางแผนที่เกี่ยวกับการขาย การพยากรณ์การขาย การกำหนดโควตาต่างประมาณการขาย อาณาเขตการขาย กลยุทธ์การขาย และการประเมินผลงานของพนักงานขาย Roles and responsibilities, the scope of the executive agency sales, format, the importance of the sales organization, personnel management, sales, control in sales incentives, planning on selling, sales forecasting, the quotas sales budget, territory sales, strategy sales staff evaluation.	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3542503	<p><b>การตลาดอิเล็กทรอนิกส์</b> <b>Electronic Marketing</b></p> <p>หลักการแนวคิดต่าง ๆ เกี่ยวกับการพาณิชย์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่าย การเชื่อมโยงข้อมูล วิเคราะห์รูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิธีการโฆษณาการส่งเสริมการขาย การนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ หรืออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หลักการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์</p> <p>The various concepts related to electronic commerce, network links, analysis of electronic commerce, method of advertising, promotions, business application or facilitate business through electronic principle analysis of consumer behavior in purchasing through electronic media.</p>	3(2-2-5)
3545209	<p><b>ระบบสารสนเทศทางการตลาด</b> <b>Marketing Information System</b></p> <p>บทบาท ความสำคัญของการจัดการระบบสารสนเทศทางการตลาด ประเภท แหล่งที่มาของสารสนเทศหลักการและส่วนประกอบของวงจรข้อมูลทางการตลาดอันมีส่วนสัมพันธ์ ต่อระบบการจัดจำหน่าย การควบคุมภายใน กระบวนการสร้างระบบสารสนเทศ เพื่อการวิเคราะห์ การตัดสินใจและการควบคุมการตลาด</p> <p>Roles, importance for marketing information system, types, information sources, principles and elements for marketing information cycle that is the partnership for supply for supply, to analyze, determine and marketing control.</p>	3(2-2-5)
3543107	<p><b>การตลาดเพื่อชุมชนและท้องถิ่น</b> <b>Community and Local Marketing</b></p> <p>ความหมาย รูปแบบ โครงสร้างการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การแบ่งส่วน ตลาด พฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ศึกษาชุมชนท้องถิ่นในสภาพปัจจุบัน ปัญหา แนวทางการ แก้ไขทิศทางการพัฒนาในอนาคต ศึกษากรณีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในชุมชนท้องถิ่น</p> <p>Definitions, structural model, marketing, opportunities analysis, market segmentation, consumer behavior, marketing strategy planning products, price, distribution and promotion, the current local communities, case studies of products in the local community.</p>	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543306	<p><b>การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ</b>  <b>Products Design and Services Development</b></p> <p>บทบาท ความสำคัญ ประเภทของการออกแบบบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก สินค้าและบริการ มาตรฐานและกฎระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การนำศิลปะและเทคโนโลยีร่วมสมัยมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์</p> <p>The role, importance and type of packaging and labels, the packaging and labels techniques, goods and services, standards and regulations of the relevant authorities, art and contemporary technology application in the development packaging design.</p>	3(2-2-5)
3543308	<p><b>การวิเคราะห์และการจัดทำแผนการตลาด</b>  <b>Marketing Analysis and Planning</b></p> <p>รูปแบบของแผนการตลาด การกำหนดเป้าหมาย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตลาด ลูกค้าคู่แข่ง การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาด การวัดและประเมินผล การนำเสนอแนวคิดในการดำเนินงานด้านการตลาด การเสนอแผนการตลาด (ทำในภาพรวมของการเขียนแผนธุรกิจ)</p> <p>The format of the marketing plan, target, business environment competitive market analysis, customer, segmentation, target market selection, marketing Strategy, measurement and evaluation, presentation of marketing concepts (Made the whole of the business plan).</p>	3(2-2-5)
3543407	<p><b>การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดการโลจิสติกส์</b>  <b>Supply Chain and Logistics Management</b></p> <p>ความหมาย ความสำคัญ กระบวนการในการบริหารห่วงโซ่อุปทานการจัดส่งจากธุรกิจต้นทางจนถึงปลายทาง ความสำคัญของการไหลเวียนของข้อมูลการจัดส่ง การไหลเวียนของเงิน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การบริการลูกค้าและการเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจ</p> <p>Definitions, important and process of supply chain management, shipments from origin to destination, the importance of the flow of information delivery, circulation of money, beneficial to create a competitive advantage, customer service and value added to the business.</p>	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543502	<p><b>เทคนิคการนำเสนอ</b> Presentation Techniques</p> <p>เทคนิค วิธีการ การเตรียมตัวด้านบุคลิกภาพ การใช้จิตวิทยาในการนำเสนอ การใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อนำเสนอ วิธีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการนำเสนองานด้านการตลาด</p> <p>Techniques, method, preparation personality, phycology for presenting, computer presentation, program in computer for marketing presentations.</p>	3(2-2-5)
3543601	<p><b>การพยากรณ์ยอดขาย</b> Sale Forecasting</p> <p>กระบวนการพยากรณ์ อุปสงค์การตลาดและการขาย การวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจ ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ เทคนิคและเครื่องมือที่ใช้ในการพยากรณ์ระยะสั้นและระยะยาวการเข้าใจถึงแนวโน้มทางธุรกิจในสภาวะของการเปลี่ยนแปลง</p> <p>Forecasting process, marketing demand and supply, economic analysis, factors influencing the business environment, technic and tools for short and long terns forecasting, change business trends understanding.</p>	3(3-0-6)
3544103	<p><b>การตลาดระหว่างประเทศ</b> International Marketing</p> <p>หลักการ แนวความคิดวิธีการดำเนินการเกี่ยวกับการสั่งซื้อเข้ามา การส่งออกการลงทุนในต่างประเทศ ประเภทของการตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์ตลาดระหว่างประเทศ การวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการตลาดระหว่างประเทศ</p> <p>Principles, concepts and procedures in order, export, investment, international marketing in type, international marketing strategy, analysis and troubleshoot about environment that effect to the international market implement.</p>	3(3-0-6)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3544901	<b>การสัมมนาการตลาด</b> <b>Seminar in Marketing</b> วิเคราะห์ ปัญหาทางการตลาดในธุรกิจประเภทต่าง ๆ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาด กิจกรรมในประเทศและต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย การนำความรู้ทางด้านการตลาดมาวิเคราะห์ เพื่อแก้ปัญหาการดำเนินเน้นกิจกรรมทางการตลาด Marketing diagnostics, marketing problems in types, factor for success or failure, activities in the country and abroad who come to do business in Thailand, knowledge of market application analysis solving the problems focused on marketing activities.	3(2-2-5)
3544902	<b>การวิจัยการตลาด</b> <b>Marketing Research</b> บทบาทความสำคัญของการวิจัยตลาดที่มีต่อธุรกิจ จรรยาบรรณของวิชาชีพ การตลาด การออกแบบการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การประมวลผลข้อมูลด้วยสถิติประยุกต์ การวิจัยตลาดเฉพาะกรณี และการจัดทำรายงานวิจัย The roles and importance of market research to the business, the professional marketing ethics, research design, research method, tools, statistical data processing, market research case and research report.	3(2-2-5)

### 2.3 วิชาเอกเลือก

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3524301	การบัญชีเพื่อการจัดการ Management Accounting	3(3-0-6)

วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : 3521102 การบัญชี 2

เกี่ยวกับการพัฒนาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการควบคุม และการตัดสินใจโดยศึกษาเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนรวม และการบัญชีต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์สัมพันธ์ระหว่างปริมาณต้นทุน ปริมาณกำไร การวิเคราะห์ต้นทุนภาชี และข้อจำกัดของข้อมูลต่าง ๆ การจัดทำงบประมาณ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงทางการเงิน และงบกระแสเงินสด

Prerequisite: 3521101 Accounting 2

This course is relevant to development and analysis data accounting for planning and controlling, decision, studying a total cost, variable cost, analysis relation between cost volume, profit, tax cost analysis, limited data, budgeting, statement of change in financial position and cash flow statement.

3541302	การค้าสมัยใหม่ Modern Trade	3(3-0-6)
---------	--------------------------------	----------

ความหมาย ประเภทการค้าปลีกแบบดั้งเดิมและการค้าปลีกสมัยใหม่ ส่วนผสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ กระบวนการจัดการซัพพลายเชน การบริหารสินค้าคงคลัง การใช้วิทยาการสมัยใหม่ แพรนไชส์ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ บทบาทของรัฐบาลต่อการค้าปลีกไทย

The definition, traditional trade and modern trade type, the marketing mix of modern shops, the supply chain management, inventory management, application of modern technology, e-commerce franchise, impact of multinational retailers, role of government in the retail Thailand.

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3542106	<p><b>การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ</b> <b>Service and Tourism Marketing</b></p> <p>ความหมายและความสำคัญของการตลาดท่องเที่ยวและบริการ ประเภทของการตลาดท่องเที่ยว วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง การนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บทบาทภาครัฐและธุรกิจบริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยว</p> <p>Definition and the importance of services and tourism market, type of tourism market, the market environment analysis, market segmentation, market target selection and the behavior of tourists, marketing strategies for tourism and business-related services, sufficient economy application for tourism, tourism laws, the role of government and business services, which affect tourism.</p>	3(3-0-6)
3542201	<p><b>การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย</b> <b>Advertising and Sales Promotion</b></p> <p>ความสำคัญของการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย บทบาทของการตลาด ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแผนงาน กลยุทธ์การทำโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การรณรงค์สร้างสรรค์ การวางแผนเกี่ยวกับการใช้สื่อ การกำหนดวัตถุประสงค์ งบประมาณ การประเมินผล ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย</p> <p>The importance of advertising and promotion, marketing role, behavior of target group, the plans, strategies for advertising and promotional purposes, creative campaign, planning on using media, purpose, budget, evaluation, laws related to advertising and promotion.</p>	3(3-0-6)
3542204	<p><b>การสื่อสารตราสินค้า</b> <b>Brand Communication</b></p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า อัตลักษณ์ตราสินค้า การวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสาร การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักจดจำ และภักดีต่อตราสินค้า การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในเชิงบูรณาการ</p> <p>The concept of branding, brand identity, audience analysis, consumers and brands relationships, brand recognition and brand loyalty, integration of marketing communication tools application.</p>	3(2-2-5)



รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3542406	<p><b>การตลาดทางตรง</b> <b>Direct Marketing</b></p> <p>หลักการ แนวคิดเกี่ยวกับตลาดทางตรง กระบวนการ ผลกระทบการจัดการกลยุทธ์ และยุทธวิธีในการดำเนินการ ตลอดจนปัญหาและแนวทางแก้ไขสำหรับตลาดทางตรง</p> <p>The principles and concepts of direct marketing, procedures, the impact of management strategies and tactics in action, the problems and solutions for direct marketing.</p>	3(3-0-6)
3543104	<p><b>การตลาดบริการ</b> <b>Services Marketing</b></p> <p>ความหมาย ความสำคัญของการตลาดบริการ ประเภทของการตลาดบริการ การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมของตลาดบริการประเภทต่าง ๆ การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจบริการ เพื่อกำหนดแนวทางแก้ไข</p> <p>The definition, the importance of marketing services, the type of marketing services, analyzing the situation and market environment offers various planning strategies for marketing services market, study and analysis of the business services market's problem to determine the solution.</p>	3(3-0-6)
3543109	<p><b>การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</b> <b>Social and Environment Marketing</b></p> <p>แนวคิดปรัชญาการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การจัดส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการวางแผนการตลาด การตื่นตัวของผู้บริโภคและสถานประกอบการ วิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและทางธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด แนวทางแก้ไขโดยใช้เครื่องมือทางการตลาด จรรยาบรรณของนักการตลาด และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>Marketing concepts and philosophies, marketing for society and environment, arrangement of marketing mix for marketing planning, awareness corresponding of consumers and business, analyzing the effect caused by natural and business environment, marketing strategy, guideline for modifying by using marketing tools, ethics of marketers and corporate social responsibility activities.</p>	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543201	<p><b>การจัดการลูกค้าสัมพันธ์</b> <b>Consumer Relation Management</b></p> <p>ความหมายของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ พัฒนาการการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ในการบริหารความสัมพันธ์ กระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เครื่องมือในการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า เทคนิคการทำวิจัยลูกค้า วิธีการแบ่งกลุ่มลูกค้าการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างความภักดีในตราสินค้า วิธีการใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อประโยชน์ในการบริหารงานด้านต่าง ๆ</p> <p>The definition of customer relationship management, development, purposes, tools, research techniques for customers, increasing customer satisfaction, creating customers grouping, brand loyalty, customer data application in order to manage different aspects.</p>	3(3-0-6)
3543301	<p><b>การจัดการการตลาด</b> <b>Marketing Management</b></p> <p>ศึกษาความหมาย ความสำคัญของการจัดการการตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด กระบวนการจัดการการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ระบบข้อมูลทางการตลาด การวัดและการพยากรณ์ตลาด การกำหนดตามเป้าหมาย การวางแผนการจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเพื่อนำไปใช้กับธุรกิจต่าง ๆ</p> <p>Definitions, Meaning of marketing management, the role of marketing executives, marketing management analysis of the market , environment consumer behavior, market information systems, measuring and forecasting market planning, product management, pricing and distribution and marketing support to apply to various businesses.</p>	3(3-0-6)
3543305	<p><b>การจัดกิจกรรมทางการตลาด</b> <b>Event Marketing</b></p> <p>ทฤษฎี วิธีการ รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด การสร้างกระแสความสนใจของผู้บริโภคสินค้าและบริการ ตลอดจนกลยุทธ์การเลือกเครื่องมือการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม ในแต่ละสถานการณ์ทางการตลาด</p> <p>Theoretical, models of marketing activities, creating the attraction of the customers, and also strategy to select the right marketing activities tool, in each of market situation.</p>	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543501	<p><b>โปรแกรมสำเร็จรูปและการประยุกต์ใช้งานทางการตลาด</b>  <b>Software Package and Application for Marketing</b></p> <p>การทำงานและระบบฐานข้อมูลในสำนักงานทางการตลาด การจัดฐานข้อมูลโดยใช้โปรแกรมและการนำโปรแกรมสำเร็จรูปมาใช้ในการจัดการด้านการตลาดอัตโนมัติ หลักการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ระบบฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เครือข่าย ระบบที่ใช้เชื่อมโยงในองค์การธุรกิจเพื่อประยุกต์ใช้งานการตลาด</p> <p>Operating systems and database in marketing office, database programing and application for automatic marketing management, principles of current programing, electronic database system, network, business organizations link for applying in marketing.</p>	3(2-2-5)
3544601	<p><b>การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด</b>  <b>Quantitative Analysis for Marketing</b></p> <p>การตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบข้อมูลข่าวสารทางการตลาด ความน่าจะเป็น ทฤษฎีการตัดสินใจ การจัดซื้อสินค้า การผลิต เมทริกส์ โปรแกรมเชิงเส้น เทคนิคการตั้งราคา การขนส่งและช่องทางการจัดจำหน่าย วิธีซิมเพล็กซ์ การมอบหมายงานและการพยากรณ์</p> <p>Marketing, marketing environment, marketing information system, probability, decision making theory, purchasing goods, manufacturing, matrix, linear programming, technical pricing, transportation and distribution channels, simplex system, assignments and forecast.</p>	3(3-0-6)
3544904	<p><b>สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด</b>  <b>Current Issues in Marketing</b></p> <p>หัวข้อข่าวสารทางการตลาดที่น่าสนใจในปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์ อธิบาย ประเมิน ตลอดจนคาดคะเน โดยประยุกต์ความรู้ทางการตลาดและการศึกษาค้นคว้า</p> <p>Topics of interest in nowadays marketing, explanation, analysis evaluation to predictions, the application of marketing knowledge in marketing and research.</p>	3(2-2-5)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3544905	<p><b>การตลาดจำลอง</b> <b>Dummy Marketing</b></p> <p>ผสมผสานและประมวลผลทฤษฎีทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินงานทางการตลาดจำลอง โดยการจัดตั้งบริษัทจำลองหรือธุรกิจจำลอง และใช้ความรู้จากทฤษฎีด้านการตลาดที่ได้ศึกษาไปประยุกต์ในการจัดการและดำเนินงาน</p> <p>Combined and processing marketing theory to used in the market simulation, the establishment of business model, and knowledge of marketing theory, applied to the study of management and operations.</p>	3(2-2-5)
3601102	<p><b>เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ</b> <b>Information Technology in Business</b></p> <p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี</p> <p>เทคโนโลยีสารสนเทศ วิวัฒนาการของคอมพิวเตอร์ องค์ประกอบของคอมพิวเตอร์ ด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ พื้นฐานระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ จริยธรรม การใช้งานระบบปฏิบัติการที่ใช้ในปัจจุบัน การใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้งานโปรแกรมสำนักงานอัตโนมัติ</p> <p>Prerequisite: None.</p> <p>Information technology, evolution of computer, computer hardware, computer software, basic computer network, modern information technology, computer ethics, the operating system currently in usage, internet usage, office automatic usage.</p>	3(2-2-5)

## 2.4 วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3544801	<p>การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Preparation for Professional Experience in Marketing</p> <p>รายวิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี</p> <p>การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนฝึกประสบการณ์วิชาชีพในด้านการรับรู้ ลักษณะและโอกาสของการประกอบอาชีพ การพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะ เจตคติ แรงจูงใจ และ คุณลักษณะที่เหมาะสมกับวิชาชีพทางการตลาด โดยกระทำในสถานการณ์หรือรูปแบบต่าง ๆ ซึ่ง เกี่ยวข้องกับทางการตลาด</p> <p>Prerequisite: None.</p> <p>To prepare the students prior professional experiences in the field of knowledge. The quality and opportunity of occupation, to development students' knowledge, skills, attitudes, motivations and characteristic appropriate to the professional experience in marketing. By acts or situations which involve various forms of marketing.</p>	2(90)
3544802	<p>การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Professional Experience in Marketing</p> <p>รายวิชาที่ต้องสอบผ่านมาก่อน : 3503801 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</p> <p>จัดนักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในหน่วยงานของรัฐ หรือเอกชน ภายใต้ การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยนำความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เพื่อให้เข้าใจถึงการประยุกต์ใช้งานในสถานที่จริงและ สถานการณ์จริง ทั้งนี้สถานที่ฝึกขึ้นอยู่กับความเหมาะสม จัดให้มีการปฐมนิเทศเกี่ยวกับรายละเอียดของ การฝึกประสบการณ์ และจัดให้มีการปัจฉิมนิเทศ เพื่ออภิปรายปัญหาของการฝึกประสบการณ์ที่เกิดขึ้น และเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี</p> <p>Prerequisite: 3503801 Preparation for Professional Experience in Marketing</p> <p>Internship marketing business in official government, State Enterprises and Private business, under control the advisor, apply theoretical selection and practical select in real situation. The job training is appropriate. An orientation about the details of coaching experience. And held the post training to discuss the issue of training on and propose ways to resolve them with good success.</p>	5(450)

รหัสวิชา	ชื่อและคำอธิบายรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3503801	<b>การเตรียมสหกิจศึกษา</b> <b>Preparation to Cooperative Education</b> รายวิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี หลักการแนวคิดและปรัชญาสหกิจศึกษา กระบวนการและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสหกิจศึกษา เทคนิคการสมัครงานและสอบสัมภาษณ์ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปพัฒนาตนเอง แนวทางการจัดทำโครงการ การรายงานผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงานโครงการนำเสนอผลงานโครงการ ไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมง Prerequisite: None. The concept, Philosophy, procedure and regulations relating to cooperative education. Training about career technical, interview and the basic knowledge in practice in order to develop themselves. Guide for the prepare of project reporting performance, report writing and presentation the project at lease 30 hours.	1(45)
3503802	<b>สหกิจศึกษา</b> <b>Cooperative Education</b> รายวิชาที่ต้องสอบผ่านมาก่อน : 35038031 การเตรียมสหกิจศึกษา การฝึกปฏิบัติจริงเต็มเวลา โดยจะต้องมีระยะเวลาปฏิบัติจริงตามที่กำหนดในหน่วยงานราชการ องค์กรรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานเอกชนอย่างมีระบบ เรียนรู้ประสบการณ์จากการปฏิบัติงานและมีคุณภาพตรงตามที่หน่วยงานจริง องค์กรรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานเอกชนต้องการมากที่สุด โดยจัดให้มีการปฐมนิเทศก่อนการปฏิบัติงานจริง กำหนดคุณสมบัติของนักศึกษา มีการนิเทศโดยอาจารย์ที่ปรึกษา และมีการป้จฉิมเกี่ยวกับรายละเอียดของการปฏิบัติงานลค่าตอบแทนหรือสวัสดิการต่าง ๆ ตามความจำเป็นแก่นักศึกษา Prerequisite: 35038031 Preparation to Cooperative Education. Practice in full time, which requires the full duration of the actual operation, as determined by the government. Organizations, enterprises or private. Learn for the experience, quality and standards, the agency determined. Provide an orientation before the actual work. Supervision by a supervisor. And the Post-Training on the details of the operation. And compensation or welfare are served to students as needed.	6(540)

**ภาคผนวก ข**

ตารางเปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2555  
กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559

ตารางเปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2555  
กับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง) พ.ศ. 2559  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

### เหตุผลในการปรับปรุงหลักสูตร

เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบันรวมทั้งวิสัยทัศน์ และความต้องการของชุมชน ท้องถิ่น สังคม สาระสำคัญในการปรับปรุงหลักสูตรภายหลังการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ. 2559 ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 โดยปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ดังนี้

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p><b>หลักสูตร</b> หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีจำนวน หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต</p> <p>1. หมวดศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต 2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต     2.1 กลุ่มวิชาแกน 42 หน่วยกิต     2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ 33 หน่วยกิต     2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต     2.4 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 7 หน่วยกิต 3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต</p>	<p><b>หลักสูตร</b> หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีจำนวน หน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 127 หน่วยกิต</p> <p>1. หมวดศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต 2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 91 หน่วยกิต     2.1 กลุ่มวิชาแกน 24 หน่วยกิต     2.2 กลุ่มวิชาเอกบังคับ 48 หน่วยกิต     2.3 กลุ่มวิชาเอกเลือก ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต     2.4 กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 7 หน่วยกิต 3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต</p>	<p>- หมวดศึกษาทั่วไปปรับเปลี่ยน ตามที่มาของมหาวิทยาลัยกำหนด - ลดจำนวนหน่วยกิตรวมเป็น 127 หน่วยกิต - ลดหน่วยกิตกลุ่มวิชาแกนเป็น 24 หน่วยกิต - เพิ่มหน่วยกิตกลุ่มวิชาเอกบังคับ เป็น 48 หน่วยกิต - ลดหน่วยกิตกลุ่มวิชาเลือกเป็นไม่ น้อยกว่า 12 หน่วยกิต</p>



หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p><b>ชื่อหลักสูตร</b> ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing</p> <p><b>ชื่อปริญญา</b> ชื่อเต็ม (ไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) ชื่อย่อ (ไทย) : บธ.บ. (การตลาด) ชื่อเต็ม (อังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Marketing) ชื่อย่อ (อังกฤษ) : BB.A. (Marketing)</p>	<p><b>ชื่อหลักสูตร</b> ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing</p> <p><b>ชื่อปริญญา</b> ชื่อเต็ม (ไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) ชื่อย่อ (ไทย) : บธ.บ. (การตลาด) ชื่อเต็ม (อังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Marketing) ชื่อย่อ (อังกฤษ) : BB.A. (Marketing)</p>	<p>คงเดิม</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p><b>ปรัชญา</b></p> <p>ผลิตบุคลากรทางการตลาดที่มีคุณภาพ มีคุณธรรม มีจริยธรรม มีความรับผิดชอบ มีจิตอาสาในการให้บริการทางวิชาการและวิชาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและสังคม</p>	<p><b>ปรัชญา</b></p> <p>ผลิตบัณฑิตทางการตลาดให้มีความรอบรู้ มีคุณธรรม มีจิตอาสา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกระดับ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์</li> <li>- โดยเน้นให้บัณฑิตมีจิตอาสา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้</li> </ul>
<p><b>วัตถุประสงค์</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้มีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ และตระหนักใน ความสำคัญของศาสตร์ที่ได้ศึกษา สามารถปรับตัวให้เข้ากับสังคมได้</li> <li>2. ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ และทักษะในวิชาชีพ มีความ รับผิดชอบ มีวินัย มีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และจรรยาบรรณแห่ง วิชาชีพทางการตลาด</li> <li>3. ผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะพิเศษ เป็นผู้มีจิตอาสา มีความ รับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชนท้องถิ่น ตลอดจน การทำนุ บำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</li> </ol>	<p><b>วัตถุประสงค์</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ มีจริยธรรม มีระเบียบวินัย มีความ ซื่อสัตย์สุจริต และตระหนักใน ความสำคัญของศาสตร์ที่ได้ศึกษา สามารถ ปรับตัวเข้ากับสังคมได้</li> <li>2. มีความรู้ ความสามารถทางการตลาด สามารถวางแผนและ ตัดสินใจ ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดไปปรับใช้ให้เข้ากับธุรกิจ หรือสามารถปฏิบัติงานได้</li> <li>3. มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และเทคโนโลยีเพื่อการ สืบค้นข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเป็น ระบบและเหมาะสม</li> <li>4. มีคุณลักษณะพิเศษ มีจิตอาสา มีความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับคุณลักษณะบัณฑิต</li> <li>- โดยในข้อ 1 เพิ่มการมีจริยธรรม มีระเบียบวินัย มีความซื่อสัตย์ สุจริต</li> <li>- ข้อ 2 เพิ่มการกำหนดกลยุทธ์ ทางการตลาดไปปรับใช้ให้เข้ากับ ธุรกิจหรือสามารถปฏิบัติได้</li> <li>- เปลี่ยนข้อ 3 เป็นข้อ 4 และเพิ่ม ข้อ 3 โดยเน้นการใช้เทคโนโลยี และนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานได้</li> </ul>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
คำอธิบายรายวิชา						
กลุ่มวิชาแกน						
1551402	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 Business English 1 ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ โดยเน้นทักษะการสื่อสาร ระหว่างองค์กร ศัพท์และสำนวนทางธุรกิจที่ใช้ในสถานการณ์หรือองค์กรที่ แตกต่างกัน ศัพท์เฉพาะองค์กร การใช้ภาษาในสถานการณ์ต่าง ๆ รวมทั้ง ศึกษาเอกสารทางธุรกิจ	3(3-0-6)	1551402	ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 Business English 1 วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน: ไม่มี ฝึกการใช้ภาษาอังกฤษธุรกิจ เพื่อการติดต่อสื่อสารใน ชีวิตประจำวัน การสื่อสารทางโทรศัพท์ ระหว่างองค์กร สำนักงาน ภายในและ ภายนอกสำนักงาน การสั่งสินค้า ผลิตภัณฑ์ โครงสร้างองค์กรและคำศัพท์ทาง ธุรกิจเฉพาะ Prerequisite: None. Business English practice for daily contact, making on the phone, communication between organizations hotels, inside and outside, ordering goods and products, organize structuring as well as business specification words.	3(3-0-6)	- ปรับปรุงคำอธิบาย รายวิชาบางส่วน เพื่อให้ เนื้อหาวิชาเหมาะสม กับเหตุการณ์ปัจจุบัน

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>1552403      ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2                      3(3-0-6)</p> <p><b>Business English 2</b></p> <p>วิชาที่ต้องเรียนผ่านมาก่อน : 1551402 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1</p> <p>การใช้ภาษาในระดับที่กว้างขึ้น โดยเน้นการใช้ภาษาในการแลกเปลี่ยนทางธุรกิจทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ในสถานการณ์ที่หลากหลาย เช่น การนำเข้าและการส่งออก การขนส่งสินค้า การเงิน การธนาคาร การโรงแรม</p>	<p>1551403      ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2                      3(3-0-6)</p> <p><b>Business English 2</b></p> <p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : 1551403 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1</p> <p>ฝึกการใช้ภาษาอังกฤษธุรกิจที่กว้างขึ้นในโลกธุรกิจ การเงิน ธนาคาร การนำเสนอ ข้อมูลทางธุรกิจ รายงานบริษัท การตลาด การต่อรอง</p> <p>วาระการประชุม บันทึกและรายงานการประชุม</p> <p>Prerequisite: 1551403 Business English 1.</p> <p>Business English practice on globalization, financing and banking, company presentation, business reporting, marketing, negotiating, agenda, memorandum as well as reporting on a meeting.</p>	<p>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน</p>



หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3531101	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)	3531101	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)	- คงเดิม
<p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : 3521101 การบัญชี 1</p> <p>หลักการ เป้าหมายและหน้าที่ด้านการเงิน โดยเน้นเทคนิคและวิธีการที่ใช้ในการคำนวณ การวิเคราะห์ผลการคำนวณ การวางแผนทางการเงิน การคำนวณมูลค่าของเงินตามระยะเวลา การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดการงบลงทุน บัญชีดอกเบี้ยเพื่อการตัดสินใจ การจัดหาเงินทุนระยะสั้นและระยะยาวในตลาดเงินและตลาดทุน ต้นทุนและนโยบายเงินปันผล การรวมและการเลิกกิจการ</p>			<p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : 3521101 การบัญชี 1</p> <p>หลักการ เป้าหมายและหน้าที่ด้านการเงิน โดยเน้นเทคนิคและวิธีการที่ใช้ในการคำนวณ การวิเคราะห์ผลการคำนวณ การวางแผนทางการเงิน การคำนวณมูลค่าของเงินตามระยะเวลา การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดการงบลงทุน บัญชีดอกเบี้ยเพื่อการตัดสินใจ การจัดหาเงินทุนระยะสั้นและระยะยาวในตลาดเงินและตลาดทุน ต้นทุนและนโยบายเงินปันผล การรวมและการเลิกกิจการ</p> <p>Prerequisite: 3521101 Accounting 1</p> <p>The principle goals and financial function, techniques and method in the calculation, results of the calculation analysis, financial planning, the value money according to time calculation, working capital management, the investment budget, financial interest for decision, short and long term in the money and capital market, cost and policy for dividend payment, integration and termination business.</p>			

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3532204 การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)</p> <p><b>Taxation and Business Laws</b></p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีอากร หลักการขอภาษีอากร ตามหลักประมวลรัษฎากรไทย ตลอดจนเข้าวิธีการและหลักการคำนวณภาษีอากรประเภทต่าง ๆ อันได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์และภาษีอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ตลอดจนศึกษาถึงหลักกฎหมายทั่วไปที่เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน เป็นต้น และหลักกฎหมายตามประมวลกฎหมายแพ่งพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรม สัญญาและแรงงานสัมพันธ์</p>	<p>3532204 การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)</p> <p><b>Taxation and Business Laws</b></p> <p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี</p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีอากร หลักการของภาษีอากร ตามประมวลรัษฎากรไทย ตลอดจนเข้าวิธีการและหลักการคำนวณภาษีอากรประเภทต่าง ๆ อันได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์และภาษีอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ตลอดจนศึกษาถึงหลักกฎหมายทั่วไปที่เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน เป็นต้น และหลักกฎหมายตามประมวลกฎหมายแพ่งพาณิชย์ ว่าด้วยนิติกรรม สัญญาและกฎหมายแรงงานสัมพันธ์</p> <p>Prerequisite: None.</p> <p>General knowledge about taxation, the principle of taxation by the Thai revenue processor, the method calculation, taxation, including personal income tax, cooperate income tax, value added tax, specific business tax, revenue stamp and other taxes on business, the general principle of law, relating to the establishment, various business models, cooperation, partnership, according to the civil code, commercial law, the legal, and contract labor relation.</p>	<p>- คงเดิม</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3541101 หลักการตลาด 3(3-0-6)</p> <p><b>Principles of Marketing</b></p> <p>ศึกษาความหมาย แนวคิดและความสำคัญของการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบข้อมูลการตลาด การแบ่งส่วนการตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการปรับไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ</p>	<p>3541101 หลักการตลาด 3(3-0-6)</p> <p><b>Principles of Marketing</b></p> <p>บทบาทและความสำคัญของการตลาดที่มีต่อสังคม และเศรษฐกิจ พัฒนาการของแนวความคิดการตลาดกิจกรรมและหน้าที่ต่าง ๆ ทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แรงผลักดันทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์สำหรับส่วนประสมการตลาด การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจกรรมการตลาด</p> <p>Roles and importance of marketing to social and economy, development of marketing concept, operations and functions, business environment, international and cultural, characteristics and purchasing behaviors of each markets, factors to determinate of marketing mix, strategies for marketing mix, applying for modern technology to marketing operations.</p>	<p>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาของรายวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน</p>



หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3543101	<b>การจัดการการตลาด</b> <b>Marketing Management</b> ศึกษาความหมาย ความสำคัญของการจัดการ การตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด กระบวนการจัดการ การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ระบบข้อมูลทางการตลาด การวัดและการพยากรณ์ตลาด การกำหนด ตามเป้าหมาย การวางแผนการจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเพื่อนำไปใช้กับธุรกิจต่าง ๆ	3(3-0-6)	3543301	<b>การจัดการการตลาด</b> <b>Marketing Management</b> ศึกษาความหมาย ความสำคัญของการจัดการการตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด กระบวนการจัดการการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ระบบข้อมูลทาง การตลาด การวัดและการพยากรณ์ตลาด การกำหนดตามเป้าหมาย การวางแผนการจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาดเพื่อนำไปใช้กับธุรกิจต่าง ๆ  Definitions, Meaning of marketing management, the role of marketing executives, marketing management analysis of the market , environment consumer behavior, market information systems, measuring and forecasting market planning, product management, pricing and distribution and marketing support to apply to various businesses.	3(3-0-6)	- เปลี่ยนรหัสวิชา โดย จัดลำดับความยากง่าย ของรายวิชา เพื่อให้ เหมาะสมกับการเรียน การสอน

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3561101	องค์การและการจัดการ Organization and Management ลักษณะโครงสร้างขององค์การธุรกิจทั่วไป การวางแผน การจัดสายงาน หลักเกณฑ์และแนวความคิดในการจัดตั้งองค์การธุรกิจ ลักษณะประเภทของการประกอบธุรกิจ หลักการบริหารและหน้าที่สำคัญ ของฝ่ายบริหารทุก ๆ ด้าน ในแง่การวางแผน การจัดคนเข้าทำงาน การสั่ง การ การจูงใจคนทำงาน การควบคุมปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมาย และนโยบายที่ตั้งไว้	3(3-0-6)	3561101	องค์การและการจัดการ Organization and Management ประเภทขององค์การ แนวคิดทฤษฎีทางการจัดการ หน้าที่ของการจัดการตั้งแต่การวางแผนและการจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัด โครงสร้างองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การนำและการควบคุมพร้อม ทั้งนำทฤษฎีทางการจัดการมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการทำงานในองค์การ เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การเทคนิคการจัดการสมัยใหม่  Types of organizations, management concepts and theories, management functions from strategic planning and management, organization structuring, to human resource management, directing and control, management theory application to achieve goal of organization and modern management techniques.	3(3-0-6)	- ปรับปรุงคำอธิบาย รายวิชาบางส่วน เพื่อให้ เนื้อหาของรายวิชา เหมาะสมกับเหตุการณ์ ปัจจุบัน

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p><b>3564201</b>      <b>การจัดการเชิงกลยุทธ์</b>      <b>3(3-0-6)</b></p> <p><b>Strategic Management</b></p> <p>แนวคิดการวางแผนและการบริหารเชิงกลยุทธ์</p> <p>ความแตกต่างของการวางแผนและการบริหารทั่วไป องค์ประกอบของการวางแผนเชิงกลยุทธ์การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ กระบวนการ และเทคนิคการวางแผน การวางนโยบายธุรกิจ โครงสร้างสภาพแวดล้อมแห่งการแข่งขัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอก กลยุทธ์รวมของธุรกิจ การประเมินผลและการติดตาม</p>	<p><b>3564201</b>      <b>การจัดการเชิงกลยุทธ์</b>      <b>3(3-0-6)</b></p> <p><b>Strategic Management</b></p> <p>แนวคิดการวางแผนและการบริหารเชิงกลยุทธ์ ความแตกต่างของการวางแผนและการบริหารทั่วไป องค์ประกอบของการวางแผนเชิงกลยุทธ์การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ กระบวนการ และเทคนิคการวางแผน การวางนโยบายธุรกิจ โครงสร้างสภาพแวดล้อมแห่งการแข่งขัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก กลยุทธ์รวมของธุรกิจ การประเมินผลและการติดตาม</p> <p>Concept of strategic planning and management, difference between general management and strategic management, components of strategic management from business goal-setting, process of strategic management, industry structure analysis to competitive environment analysis, internal and external environment analysis, other techniques to set business wholistic strategies, evaluation and monitoring.</p>	<p>- คงเดิม</p>
<p><b>3563117</b>      <b>จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม</b>      <b>3(3-0-6)</b></p> <p><b>Business Ethics and Social Responsibility</b></p> <p>ศึกษาถึงแนวคิดที่มาของจริยธรรม ตามหลักบรรษัทภิบาล ด้วยเหตุที่ธุรกิจต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ตีรวมถึงการสร้างจริยธรรมในองค์กรธุรกิจ เน้นจริยธรรมของผู้บริหาร พนักงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้กรณีตัวอย่างประกอบ</p>	<p>-</p>	<p>- ตัดรายวิชา เพราะนำเนื้อหารวมอยู่ในรายวิชาการตลาด เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
-	<p><b>3591101 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(3-0-6)</b>  <b>Principles of Economics</b>            แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ ประกอบด้วย อุปสงค์ อุปทาน ความยืดหยุ่น พฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีการผลิต การกำหนดราคาในตลาด รายได้ประชาชาติ นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจ</p> <p>Economic concept, consist of demand, supply, elasticity, consumer behavior, production theory, national income, monetary policy and fiscal policy, international trade and development economy.</p>	<p>- เพิ่มรายวิชา โดยให้ เนื้อหารายวิชาครอบคลุม ทั้งเศรษฐศาสตร์จุลภาค และเศรษฐศาสตร์มหภาค</p>
<p><b>3592101 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 3(3-0-6)</b>  <b>Micro – Economics</b>            ศึกษาเกี่ยวกับความหมายของเศรษฐศาสตร์ ระบบเศรษฐกิจกระแสหลัก กระแสรองและทางเลือก ปัจจัยการผลิต พฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้ผลิต อุปสงค์ อุปทาน การกำหนดราคาในตลาดประเภทต่าง ๆ ของการจัดสรรค่าตอบแทนให้แก่ ปัจจัยการผลิตในรูปค่าเช่า ค่าจ้าง ดอกเบี้ยและกำไร นโยบายของรัฐในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ</p>	-	<p>- ตัดรายวิชา เพราะ เนื้อหารวมอยู่ในรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3592120 เศรษฐศาสตร์มหภาค 3(3-0-6)  <b>Macro – Economics</b>            พฤติกรรมของปัจจัยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวกำหนดผลิตภัณฑ์จังหวัดรายได้ประชาชาติ เช่น พฤติกรรมส่วนร่วมของการบริโภค การออม การลงทุน การใช้จ่าย การว่างงาน วัฏจักรธุรกิจ ระดับเงินเฟ้อ เงินฝืด การคลัง หนี้สาธารณะ ระบบการเงิน การธนาคาร การให้สินเชื่อ การค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม</p>	-	<p>สาระที่ปรับปรุง</p> <p>- ตัดรายวิชา เพราะเนื้อหาครอบคลุมอยู่ในรายวิชาหลักเศรษฐศาสตร์</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
กลุ่มวิชาเอกบังคับ		
-	<p>3521101 การบัญชี 1 3(2-2-5) Accounting 1</p> <p>วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี</p> <p>แนวคิด ทฤษฎีและวิวัฒนาการทางการบัญชี ความหมาย และวัตถุประสงค์ของการบัญชีประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงินหลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีคู่การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไปและสมุดรายวันเฉพาะและการผ่านรายการไปยังบัญชีแยกประเภทการปรับปรุงและปิดบัญชีเมื่อสิ้นงวดการจัดทำงบทดลองกระดาษทำการการจัดทำรายงานทางการเงินของกิจการให้บริการและซื้อขายสินค้า คำศัพท์เฉพาะทางด้านการบัญชี</p> <p>Prerequisite: None.</p> <p>Concept, theory, evolution and objectives of accounting. The benefit of accounting information, conceptual framework for financial reporting, principle and accounting method of double entry accounting. Make a note into the journal and special journal and posts to the general ledger. To improve and close the account at the end of period, preparation of trial balance and work sheet. The preparation of financial reports of both service and merchandising Accounting terminology.</p>	- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาของรายวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
-	<p><b>3521102 การบัญชี 2 3(2-2-5)</b>  <b>Accounting 2</b>            วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : 3521101 การบัญชี 1            การบัญชีเกี่ยวกับระบบใบสำคัญและระบบเงินสดย่อย การทำงานพิสูจน์ยอดเงินฝากธนาคาร การบัญชีเกี่ยวกับตัวเงิน การประมาณการ ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ การคำนวณค่าเสื่อมราคาตามวิธีต่างๆ การคำนวณราคาทุนของสินค้าคงเหลือ ภาษีมูลค่าเพิ่ม การบัญชีอุตสาหกรรม การบัญชีเกี่ยวกับหน่วยงานภาครัฐและกิจการที่ไม่ได้แสวงหาผลกำไร            Prerequisite: 3521101 Accounting 1            This course is relevant to voucher system and petty cash, bank reconciliation, note receivable, depreciation, mathematic of Inventory, value added tax (VAT), Industry Accounting, The accounting of government agencies and nonprofit.</p>	<p>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาของรายวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3542105	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumers Behavior ศึกษาความหมาย หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์รวมทั้งอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเห็นความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและได้แนวทางในการวิเคราะห์ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ	3(3-0-6)	3542105	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumers Behavior ศึกษาความหมาย หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์รวมทั้งอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเห็นความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและได้แนวทางในการวิเคราะห์ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ  Definition, principles and concepts of consumer behavior, factors influencing for decision to purchase and use the product, influence of the marketing mix to consumer behavior, the importance of the study of consumer behavior, the analysis of consumer behavior in order to plan marketing strategies effectively.	3(3-0-6)	- คงเดิม



หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3542402 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)</p> <p>การ Integrated Marketing Communication (IMC)</p> <p>ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนและตัดสินใจดำเนินการเลือกเป้าหมาย การส่งเสริมเครื่องมือทางการสื่อสาร คุณสมบัติของแหล่งส่งและรับข่าวสาร การวิเคราะห์ความต้องการและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการสื่อสาร ค่าใช้จ่ายและคุณค่าที่จะได้รับจากการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ การทดสอบและวัดประสิทธิภาพ การปรับปรุงสื่อและข่าวสาร การประสานงานและการวางแผนรณรงค์ การส่งเสริมและการสื่อสารทางการตลาด โดยมุ่งการออกแบบและวางแผนสื่อสารแบบรวมหลายสื่อ</p>	<p>3542202 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(2-2-5)</p> <p>Integrated Marketing Communication (IMC)</p> <p>ความหมาย ความสำคัญ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทั้งการตัดสินใจเลือกเป้าหมายในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ วิเคราะห์ความต้องการ ทัศนคติของผู้บริโภค ค่าใช้จ่ายคุณค่าที่จะได้รับ จากการใช้สื่อประเภท ต่าง ๆ การทดสอบและวัดประสิทธิภาพ การปรับปรุงสื่อและข่าวสาร การวางแผนรณรงค์ การสื่อสารแบบบูรณาการ</p> <p>Definition, significance and factor for planning, decision marketing, integrated marketing communications, customer needed analysis, attitude, cost value, a variety of media, testing and efficiency measurement, media improvement and news, promotion planning, integrated marketing communication.</p>	<p>- เปลี่ยนรหัสวิชา โดยจัดลำดับความยากง่ายของรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอน</p> <p>- ปรับปรุงจำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการเรียนการสอน โดยลดภาคทฤษฎีเป็น 2 ชั่วโมง เพิ่มภาคปฏิบัติเป็น 2 ชั่วโมง ลดศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเองเป็น 5 ชั่วโมง</p> <p>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหารายวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3542305	<b>การจัดการการขาย</b> <b>Sales Management</b> บทบาทความรับผิดชอบ และขอบเขตงานของ ผู้บริหารหน่วยงานขาย การจัดรูปแบบและความสำคัญขององค์การ ฝ่ายขาย การบริหารบุคคลในส่วนที่เกี่ยวกับการขาย การควบคุมและ การจูงใจพนักงานขาย การวางแผนเกี่ยวกับการขาย การพยากรณ์การ ขาย การกำหนดโควต้าและงบประมาณการขาย อาณาเขตการขาย การประเมินผลงานพนักงานขาย รวมทั้งศึกษากลยุทธ์การขาย	3(3-0-6)	3542405	<b>การจัดการการขาย</b> <b>Sales Management</b> บทบาทความรับผิดชอบ และขอบเขตงานของผู้บริหาร หน่วยงานขาย การจัดรูปแบบและความสำคัญขององค์การฝ่ายขาย การ บริหารบุคคลในส่วนที่เกี่ยวกับการขาย การควบคุมและการจูงใจพนักงาน ขาย การวางแผนเกี่ยวกับการขาย การพยากรณ์การขาย การกำหนดโควต้า และงบประมาณการขาย อาณาเขตการขาย การประเมินผลงานพนักงานขาย รวมทั้งศึกษากลยุทธ์การขาย  Roles and responsibilities, the scope of the executive agency sales, format, the importance of the sales organization, personnel management, sales, control in sales incentives, planning on selling, sales forecasting, the quotas sales budget, territory sales, strategy sales staff evaluation.	3(3-0-6)	- เปลี่ยนรหัสวิชา โดย จัดลำดับความยากง่าย ของรายวิชา เพื่อให้ เหมาะสมกับการเรียน การสอน

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3542403 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)</p> <p><b>Electronic Marketing</b></p> <p>ศึกษาถึงหลัก แนวความคิดต่าง ๆ เกี่ยวกับการพาณิชย์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และผ่านเครือข่ายการเชื่อมโยงข้อมูล วิเคราะห์รูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ศึกษาถึงทฤษฎี วิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจหรืออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พร้อมทั้งศึกษาหลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>3542503 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3(2-2-5)</p> <p><b>(Electronic Marketing)</b></p> <p>ศึกษาถึงหลัก แนวความคิดต่าง ๆ เกี่ยวกับการพาณิชย์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และผ่านเครือข่ายการเชื่อมโยงข้อมูล วิเคราะห์รูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ศึกษาถึงทฤษฎี วิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจหรืออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พร้อมทั้งศึกษาหลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์</p> <p>The various concepts related to electronic commerce, network links, analysis of electronic commerce, method of advertising, promotions, business application or facilitate business through electronic principle analysis of consumer behavior in purchasing through electronic media.</p>	<p>- เปลี่ยนรหัสวิชา โดยจัดลำดับความยากง่ายของรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการเรียนการสอน</p> <p>- ปรับปรุงจำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการเรียนการสอน โดยลดภาคทฤษฎีเป็น 2 ชั่วโมง เพิ่มภาคปฏิบัติเป็น 2 ชั่วโมง ลดศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็น 5 ชั่วโมง</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3542109 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(2-2-5)</p> <p><b>Marketing Information System</b></p> <p>ศึกษาถึงความสำคัญของระบบสารสนเทศ การวิเคราะห์ความต้องการสารสนเทศ โดยพิจารณาลักษณะการตัดสินใจและความต้องการใช้สารสนเทศในการตัดสินใจทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของนักการตลาด การพัฒนาสารสนเทศ ได้แก่ ระบบข้อมูลภายใน ระบบข่าวสารการตลาด ระบบการวิจัยการตลาด และระบบสนับสนุนการตัดสินใจ และการกระจายสารสนเทศ โดยพิจารณาถึงเครื่องมือและเทคโนโลยีที่จะทำให้ข้อมูลส่งถึงผู้รับได้อย่างถูกต้อง</p>	<p>3542509 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(2-2-5)</p> <p><b>Marketing Information System</b></p> <p>บทบาทและความสำคัญของระบบสารสนเทศทางการตลาด วิเคราะห์ความต้องการใช้สารสนเทศ กระบวนการพัฒนาสารสนเทศ การจัดการระบบสารสนเทศทางการตลาด การประยุกต์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้ในการตัดสินใจการจัดการส่วนประสมทางการตลาด และการดำเนินงานทางการตลาด</p> <p>The role and importance of marketing information systems, information requirements analysis, information development, information management systems, marketing, information technology application for marketing implementation.</p>	<p>- เปลี่ยนรหัสวิชา โดยจัดลำดับความยากง่ายของรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการเรียนการสอน</p> <p>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3543107 การตลาดเพื่อชุมชนและท้องถิ่น 3(2-2-5) Marketing for Community and Local</p> <p>ความหมาย รูปแบบ โครงสร้างตลาด การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย โดยเน้นการศึกษาชุมชนท้องถิ่นในสภาพปัจจุบัน ปัญหา แนวทางแก้ไข และทิศทางการพัฒนาในอนาคต ศึกษากรณีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในชุมชนและท้องถิ่น</p>	<p>3543107 การตลาดเพื่อชุมชนและท้องถิ่น 3(2-2-5) Marketing for Community and Local</p> <p>ความหมาย รูปแบบ โครงสร้างตลาด การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย โดยเน้นการศึกษาชุมชนท้องถิ่นในสภาพปัจจุบัน ปัญหา แนวทางแก้ไข และทิศทางการพัฒนาในอนาคต ศึกษากรณีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในชุมชนและท้องถิ่น</p> <p>Definitions, structural model, marketing, opportunities analysis, market segmentation, consumer behavior, marketing strategy planning products, price, distribution and promotion, the current local communities, case studies of products in the local community.</p>	<p>- คงเดิม</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3543108 การวิเคราะห์และจัดทำแผนการตลาด 3(2-2-5)</p> <p><b>Market Analysis and Planning</b></p> <p>รูปแบบของแผนการตลาด การกำหนดเป้าหมาย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ วิเคราะห์ตลาด ลูกค้าและคู่แข่ง การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาด การวัดและประเมินผล การนำเสนอแนวคิดในการดำเนินงานด้านการตลาด พร้อมเสนอแผนการตลาด และการวิเคราะห์ (ให้ทำในภาพรวมของการเขียนแผนธุรกิจ)</p>	<p>3543308 การวิเคราะห์และจัดทำแผนการตลาด 3(2-2-5)</p> <p><b>Market Analysis and Planning</b></p> <p>รูปแบบของแผนการตลาด การกำหนดเป้าหมาย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ วิเคราะห์ตลาด ลูกค้าและคู่แข่ง การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาด การวัดและประเมินผล การนำเสนอแนวคิดในการดำเนินงานด้านการตลาด พร้อมเสนอแผนการตลาด และการวิเคราะห์ (ให้ทำในภาพรวมของการเขียนแผนธุรกิจ)</p> <p>The format of the marketing plan, target, business environment competitive market analysis, customer, segmentation, target market selection, marketing Strategy, measurement and evaluation, presentation of marketing concepts (Made the whole of the business plan).</p>	<p>- เปลี่ยนรหัสวิชา โดยจัดลำดับความยากง่ายของรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการเรียนการสอน</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3543307    การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทานทางการตลาด    3(3-0-6)</p> <p>Marketing Channel and Supply Chain Management</p> <p>ศึกษาความหมาย ความสำคัญของการบริหารช่องทางการตลาด และห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์การบริหารช่องทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบการกระจายสินค้า กระบวนการเลือกช่องทางคนกลาง การวางแผนการพัฒนาช่องทางการจำหน่าย การบริหารการขนส่ง การจัดการคลังสินค้า ระบบสารสนเทศ การบริการลูกค้า การจัดซื้อและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>3543407    การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดการโลจิสติกส์    3(3-0-6)</p> <p>Supply Chain and Logistics Management</p> <p>ความหมาย ความสำคัญ กระบวนการในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน การจัดส่งจากธุรกิจต้นทางจนถึงปลายทาง ความสำคัญของการไหลเวียนของข้อมูลการจัดส่ง การไหลเวียนของเงิน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การบริการลูกค้าและการเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจ</p> <p>Definitions, important and process of supply chain management, shipments from origin to destination, the importance of the flow of information delivery, circulation of money, beneficial to create a competitive advantage, customer service and value added to the business.</p>	<p>สาระที่ปรับปรุง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เปลี่ยนรหัสวิชา โดยจัดลำดับความยากง่ายของรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการเรียนการสอน</li> <li>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน</li> </ul>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3543502      <b>เทคนิคการนำเสนอ</b>      3(3-0-6)</p> <p><b>Presentation Techniques)</b></p> <p>เทคนิค วิธีการ การเตรียมตัวด้านบุคลิกภาพ การใช้จิตวิทยาในการนำเสนอ ตลอดจนการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อนำเสนอ ศึกษาวิธีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการนำเสนองานด้านการตลาด</p>	<p>3543502      <b>เทคนิคการนำเสนอ</b>      3(2-2-5)</p> <p><b>Presentation Techniques</b></p> <p>เทคนิค วิธีการ การเตรียมตัวด้านบุคลิกภาพ การใช้จิตวิทยาในการนำเสนอ ตลอดจนการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อนำเสนอ ศึกษาวิธีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการนำเสนองานด้านการตลาด</p> <p>Techniques, method, preparation personality, phycology for presenting, computer presentation, program in computer for marketing presentations.</p>	<p>- ปรับปรุงจำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการเรียนการสอน โดยลดภาคทฤษฎีเป็น 2 ชั่วโมง เพิ่มภาคปฏิบัติ เป็น 2 ชั่วโมง ลดศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็น 5 ชั่วโมง</p>
<p>-</p>	<p>3543601      <b>การพยากรณ์ยอดขาย</b>      3(3-0-6)</p> <p><b>Sale Forecasting</b></p> <p>กระบวนการพยากรณ์ อุปสงค์การตลาดและการขาย การวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจ ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ เทคนิคและเครื่องมือที่ใช้ในการพยากรณ์ระยะสั้นและระยะยาวการเข้าใจถึงแนวโน้มทางธุรกิจในสภาวะของการเปลี่ยนแปลง</p> <p>Forecasting process, marketing demand and supply, economic analysis, factors influencing the business environment, technic and tools for short and long terns forecasting, change business trends understanding.</p>	<p>- เพิ่มรายวิชาตามคำแนะนำของคณะกรรมการจากการวิพากษ์หลักสูตร</p>



หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p><b>3544103 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)</b>  <b>International Marketing</b>            หลักการ แนวความคิด และวิธีดำเนินการเกี่ยวกับการสั่งซื้อเข้ามา การส่งออก และการลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งการวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินการทางการตลาดระหว่างประเทศ</p>	<p><b>3544103 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)</b>  <b>International Marketing</b>            หลักการ แนวความคิดวิธีการดำเนินการเกี่ยวกับการสั่งซื้อเข้ามา การส่งออกการลงทุนในต่างประเทศ ประเภทของการตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์ตลาดระหว่างประเทศ การวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการตลาดระหว่างประเทศ</p> <p>Principles, concepts and procedures in order, export, investment, international marketing in type, international marketing strategy, analysis and troubleshoot about environment that effect to the international market implement.</p>	<p>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน</p>
<p><b>3544901 การสัมมนาการตลาด 3(2-2-5)</b>  <b>Seminar in marketing</b>            วิเคราะห์ ปัญหาทางการตลาดในธุรกิจประเภทต่างๆ โดยศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จ และความล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาด เน้นกิจการในประเทศไทย และกิจการของต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย เพื่อฝึกให้นักศึกษานำความรู้ทางการตลาดมาแก้ปัญหา หรือศึกษาวิเคราะห์เรื่องการค้าเน้นกิจกรรมทางการตลาดที่นักศึกษาสนใจ</p>	<p><b>3544901 การสัมมนาการตลาด 3(2-2-5)</b>  <b>Seminar in Marketing</b>            วิเคราะห์ ปัญหาทางการตลาดในธุรกิจประเภทต่าง ๆ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาด กิจกรรมในประเทศและต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย การนำความรู้ทางการตลาดมาวิเคราะห์ เพื่อแก้ปัญหาค่าเน้นเน้นกิจกรรมทางการตลาด</p> <p>Marketing diagnostics, marketing problems in types, factor for success or failure, activities in the country and abroad who come to do business in Thailand, knowledge of market application analysis solving the problems focused on marketing activities.</p>	<p>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3544902	การวิจัยการตลาด Marketing Research บทบาทและความสำคัญของการวิจัยตลาดที่มีต่อธุรกิจ การออกแบบการวิจัย กรรมวิธีในการวิจัยตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการ วิจัยตลาด การวิจัยตลาดเฉพาะกรณี และการใช้ผลของการวิจัยให้เป็น ประโยชน์ต่อธุรกิจ โดยคำนึงถึงจริยธรรมของวิชาชีพการตลาด	3(2-2-5)	3544902	การวิจัยการตลาด Marketing Research บทบาทความสำคัญของการวิจัยตลาดที่มีต่อธุรกิจ จรรยาบรรณของวิชาชีพการตลาด การออกแบบการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การประมวลผลข้อมูลด้วยสถิติประยุกต์ การวิจัย ตลาดเฉพาะกรณี และการจัดทำรายงานวิจัย  The roles and importance of market research to the business, the professional marketing ethics, research design, research method, tools, statistical data processing, market research case and research report.	3(2-2-5)	- ปรับปรุงคำอธิบาย รายวิชาบางส่วน เพื่อให้ เนื้อหาวิชาเหมาะสม กับการเรียนการสอน และสอดคล้องกับสภาพ เทคโนโลยีในปัจจุบัน

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
กลุ่มวิชาเอกเลือก						
3524301	การบัญชีเพื่อการจัดการ Management Accounting	3(3-0-6)	3524301	การบัญชีเพื่อการจัดการ Management Accounting	3(3-0-6)	- คงเดิม
<p>วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3521102 การบัญชี 2 และ 3531101 การเงินธุรกิจ</p> <p>เกี่ยวกับการพัฒนาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการควบคุม และการตัดสินใจ โดยศึกษาเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนรวม และการบัญชีต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณต้นทุน ปริมาณกำไร การวิเคราะห์ต้นทุนภาชี และข้อจำกัดของข้อมูลต่าง ๆ การจัดทำงบประมาณ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงทางการเงิน และงบกระแสเงินสด</p>			<p>วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 3521102 การบัญชี 2 และ 3531101 การเงินธุรกิจ</p> <p>เกี่ยวกับการพัฒนาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการควบคุม และการตัดสินใจ โดยศึกษาเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนรวม และการบัญชีต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณต้นทุน ปริมาณกำไร การวิเคราะห์ต้นทุนภาชี และข้อจำกัดของข้อมูลต่าง ๆ การจัดทำงบประมาณ งบแสดงการเปลี่ยนแปลงทางการเงิน และงบกระแสเงินสด</p> <p>Prerequisite: 3521101 Accounting 2 or 3531101 Financial Business.</p> <p>This course is relevant to development and analysis data accounting for planning and controlling, decision, studying a total cost, variable cost, analysis relation between cost volume, profit, tax cost analysis, limited data, budgeting, statement of change in financial position and cash flow statement.</p>			

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555		หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559		สาระที่ปรับปรุง
3541302	<p><b>การค้าสมัยใหม่</b> 3(3-0-6) <b>(Modern Trade)</b></p> <p>ความหมาย รูปแบบการค้าสมัยใหม่ ส่วนผสมทางการตลาดของร้านค้าสมัยใหม่ กระบวนการจัดการซัพพลายเชน การบริหารสินค้าคงคลัง การใช้วิทยาการสมัยใหม่ แฟรนไชส์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ บทบาทของรัฐบาลต่อการค้าปลีกไทย</p>	3541302	<p><b>การค้าสมัยใหม่</b> 3(3-0-6) <b>(Modern Trade)</b></p> <p>ความหมาย ประเภทการค้าปลีกแบบดั้งเดิมและการค้าปลีกสมัยใหม่ ส่วนผสมทางการตลาดของร้านค้าสมัยใหม่ กระบวนการจัดการซัพพลายเชน การบริหารสินค้าคงคลัง การใช้วิทยาการสมัยใหม่ แฟรนไชส์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ บทบาทของรัฐบาลต่อการค้าปลีกไทย</p> <p>The definition, traditional trade and modern trade type, the marketing mix of modern shops, the supply chain management, inventory management, application of modern technology, e-commerce franchise, impact of multinational retailers, role of government in the retail Thailand.</p>	- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3542106 การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3(3-0-6)  <b>Marketing for Tourism Industry</b>            ความหมาย และความสำคัญของการตลาดท่องเที่ยว            ส่วนประกอบของตลาด เพื่อการท่องเที่ยว การจัดลำดับความสำคัญของ            ตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการ            แข่งขัน การวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่ออุตสาหกรรม            ท่องเที่ยว</p>	<p>3542106 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ 3(2-2-5)  <b>Service and Tourism Marketing</b>            ความหมาย ความสำคัญของการตลาดท่องเที่ยวและการ            บริการ ประเภทของการตลาดท่องเที่ยว วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด            ของธุรกิจท่องเที่ยว การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและ            พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจ            บริการที่เกี่ยวข้อง การนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับการ            ท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บทบาทภาครัฐและ            ธุรกิจบริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยว            Definition and the importance of services and            tourism market, type of tourism market, the market environment            analysis, market segmentation, market target selection and the            behavior of tourists, marketing strategies for tourism and            business-related services, sufficient economy application for            tourism, tourism laws, the role of government and business            services, which affect tourism.</p>	<p>- ปรับปรุงจำนวนชั่วโมง            ที่ใช้ในการเรียนการสอน            โดยลดภาคทฤษฎีเป็น 2            ชั่วโมง เพิ่มภาคปฏิบัติ            เป็น 2 ชั่วโมง ลดศึกษา            ค้นคว้าด้วยตนเองเป็น 5            ชั่วโมง</p> <p>- ปรับปรุงคำอธิบาย            รายวิชาบางส่วน เพื่อให้            เนื้อหารายวิชาเหมาะสม            กับเหตุการณ์ปัจจุบัน</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p><b>3542111      การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า      3(3-0-6)</b>  <b>Product and Brand Management</b>  ศึกษาถึงบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ แนวคิด การจัดส่วนผสมผลิตภัณฑ์ การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ นโยบายตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ วัฏจักรผลิตภัณฑ์ สาเหตุของผลิตภัณฑ์ล้มเหลว และวิธีการหลีกเลี่ยงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรื่องตรา รวมถึงความหมายและความสำคัญของตราสินค้า การรับรู้ของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า องค์ประกอบของตราสินค้าในมิติต่าง ๆ ตั้งแต่การกำหนดตราสินค้า ภาษาล้อยคำ กระบวนการสร้างตราสินค้าโดยผ่านเครื่องมือทางการตลาด</p>	-	<p>- ตัดรายวิชา เพราะเนื้อหาครอบคลุมในรายวิชาการจัดการการตลาด และการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ</p>
<p><b>3562135      สถิติเพื่อการจัดการ      3(3-0-6)</b>  <b>Statistic for Management</b>  ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถิติและการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจ ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่มประชากร และการสุ่มตัวอย่าง การประมาณค่า การทดสอบสมมุติฐาน การทดสอบไคส์แควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน สถิตินอนพารามตริก การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย อนุกรมเวลา เลขดัชนี การพยากรณ์และการตัดสินใจทางธุรกิจ รวมทั้งการนำเสนอข้อมูล</p>	-	<p>- ตัดรายวิชา เพราะเพิ่มเนื้อหาวิชาทางสถิติประยุกต์ไว้ในรายวิชาการวิจัยตลาด และการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p><b>3542304 ศิลปะการขาย 3(3-0-6)</b>  <b>Salesmanship</b>            ศึกษาถึงกระบวนการขาย ศิลปะการขายและการใช้ศิลปะการขาย พฤติกรรมของลูกค้าเทคนิคในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับลูกค้า การใช้จิตวิทยาและมนุษยสัมพันธ์ในการประกอบอาชีพขาย การปรับปรุงตนเองให้มีคุณสมบัติของนักขายที่ดี ตลอดจนเรียนรู้ถึงจรรยาบรรณและเจตคติที่ดีของนักขาย</p>	<p align="center">-</p>	<p>- ตัดรายวิชา เพราะรวมเนื้อหาวิชาไว้ในรายวิชาการจัดการการขาย ในเรื่องของการบริหารบุคคลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขายและกลยุทธ์การขาย</p>
<p><b>3542401 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 3(3-0-6)</b>  <b>Advertising and Sales Promotion</b>            ความสำคัญของการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย บทบาทของการตลาด ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแผนงาน กลยุทธ์การทำโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การรณรงค์สร้างสรรค์ การวางแผนเกี่ยวกับการใช้สื่อ การกำหนดวัตถุประสงค์งบประมาณ การประเมินผล ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ กฎหมายเกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย</p>	<p><b>3542201 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 3(3-0-6)</b>  <b>Advertising and Sales Promotion</b>            ความสำคัญของการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย บทบาทของการตลาด ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแผนงาน กลยุทธ์การทำโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การรณรงค์สร้างสรรค์ การวางแผนเกี่ยวกับการใช้สื่อ การกำหนดวัตถุประสงค์งบประมาณ การประเมินผล ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ กฎหมายเกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย</p> <p>The importance of advertising and promotion, marketing role, behavior of target group, the plans, strategies for advertising and promotional purposes, creative campaign, planning on using media, purpose, budget, evaluation, laws related to advertising and promotion.</p>	<p>- เปลี่ยนรหัสวิชา โดยจัดลำดับความยากง่ายของรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอน</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
-	<p><b>3542404 การสื่อสารตราสินค้า 3(2-2-5)</b>  <b>Brand Communication</b>            แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า อัตลักษณ์ตราสินค้า การวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสาร การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จัก จดจำ และภักดีต่อตราสินค้า การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในเชิงบูรณาการ</p> <p>The concept of branding, brand identity, audience analysis, consumers and brands relationships, brand recognition and brand loyalty, integration of marketing communication tools application.</p>	<p>- เพิ่มรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมในการเรียนการสอนที่บูรณาการความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน</p>
<p><b>3542306 การตลาดทางตรง 3(3-0-6)</b>  <b>(Direct Marketing)</b>            หลักการ แนวคิดเกี่ยวกับตลาดทางตรง กระบวนการ ผลกระทบการจัดการกลยุทธ์และยุทธวิธีในการดำเนินการ ตลอดจนปัญหาและแนวทางแก้ไขสำหรับตลาดทางตรง</p>	<p><b>3542406 การตลาดทางตรง 3(3-0-6)</b>  <b>Direct Marketing</b>            หลักการ แนวคิดเกี่ยวกับตลาดทางตรง กระบวนการ ผลกระทบการจัดการกลยุทธ์และยุทธวิธีในการดำเนินการ ตลอดจนปัญหาและแนวทางแก้ไขสำหรับตลาดทางตรง</p> <p>The principles and concepts of direct marketing, procedures, the impact of management strategies and tactics in action, the problems and solutions for direct marketing.</p>	<p>- เปลี่ยนรหัสวิชา โดยจัดลำดับความยากง่ายของรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอน</p>



หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3543104	<b>การตลาดบริการ</b> <b>Services Marketing</b> ความหมาย ความสำคัญของการตลาดบริการ ประเภทของการตลาดบริการ การวิเคราะห์สถานการณ์และ สภาพแวดล้อมของตลาดบริการประเภทต่าง ๆ การวางแผน การ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ศึกษาและวิเคราะห์ ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจบริการ เพื่อกำหนดแนวทางแก้ไข	3(3-0-6)	3543104	<b>การตลาดบริการ</b> <b>Services Marketing</b> ความหมาย ความสำคัญของการตลาดบริการ ประเภทของ การตลาดบริการ การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมของตลาด บริการประเภทต่าง ๆ การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับ ตลาดบริการ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดของธุรกิจบริการ เพื่อ กำหนดแนวทางแก้ไข  The definition, the importance of marketing services, the type of marketing services, analyzing the situation and market environment offers various planning strategies for marketing services market, study and analysis of the business services market's problem to determine the solution.	3(3-0-6)	- คงเดิม

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3543109 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)</p> <p><b>Social and Environment Marketing</b></p> <p>ความหมาย และความสำคัญของตลาด ตลอดจนแนวคิดหรือปรัชญาทางการตลาด โดยเฉพาะปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ใช้กระบวนการจัดการทางการตลาดเพื่อเข้าใจสภาพและปัญหาของสังคม สิ่งแวดล้อม และท้องถิ่นโน้มมนำทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางสังคมโดยรวมมากกว่าที่จะเน้นประโยชน์ขององค์กรธุรกิจเพียงอย่างเดียว</p>	<p>3543109 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(2-2-5)</p> <p><b>Social and Environment Marketing</b></p> <p>แนวคิด ปรัชญาการตลาดที่มุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การจัดส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการวางแผนการตลาด การตื่นตัวของผู้บริโภคและสถานประกอบการ วิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและทางธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแนวทางแก้ไขโดยใช้เครื่องมือทางการตลาด จรรยาบรรณของนักการตลาด และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>Marketing concepts and philosophies, marketing for society and environment, arrangement of marketing mix for marketing planning, awareness corresponding of consumers and business, analyzing the effect caused by natural and business environment, marketing strategy, guideline for modifying by using marketing tools, ethics of marketers and corporate social responsibility activities.</p>	<p>สาระที่ปรับปรุง</p> <p>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาใหม่โดยเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เนื้อหารายวิชาเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3543401	<b>การจัดการลูกค้าสัมพันธ์</b> <b>Consumer Relation Management</b> ความหมายของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ พัฒนาการของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ในการบริหารความสัมพันธ์ กระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เครื่องมือในการจัด การบริหาร ความสัมพันธ์ลูกค้า เทคนิคการทำวิจัยลูกค้า วิธีการแบ่งกลุ่มลูกค้าและการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างความภักดีในตราสินค้า การศึกษาวิธีการใช้ข้อมูลของลูกค้า เพื่อประโยชน์ในการบริหารงานด้านต่าง ๆ ซึ่งจะเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้าต่อสินค้าและบริการ	3(3-0-6)	3543201	<b>การจัดการลูกค้าสัมพันธ์</b> <b>Consumer Relation Management</b> ความหมายของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ พัฒนาการของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ในการบริหารความสัมพันธ์ กระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เครื่องมือในการจัด การบริหาร ความสัมพันธ์ลูกค้า เทคนิคการทำวิจัยลูกค้า วิธีการแบ่งกลุ่มลูกค้าและการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างความภักดีในตราสินค้า การศึกษาวิธีการใช้ข้อมูลของลูกค้า เพื่อประโยชน์ในการบริหารงานด้านต่าง ๆ ซึ่งจะเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้าต่อสินค้าและบริการ The definition of customer relationship management, development, purposes, tools, research techniques for customers, increasing customer satisfaction, creating customers grouping, brand loyalty, customer data application in order to manage different aspects.	3(3-0-6)	- เปลี่ยนรหัสวิชา โดยจัดลำดับความยากง่ายของรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอน

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
-	<p><b>3543105 การจัดกิจกรรมทางการตลาด 3(2-2-5)</b>  <b>Event Marketing</b>            ทฤษฎี วิธีการ รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด การสร้างกระแสความสนใจของผู้บริโภคสินค้าและบริการ ตลอดจนกลยุทธ์การเลือกเครื่องมือการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม ในแต่ละสถานการณ์ทางการตลาด</p> <p>Theoretical, models of marketing activities, creating the attraction of the customers, and also strategy to select the right marketing activities tool, in each of market situation.</p>	<p>- เพิ่มรายวิชา โดยปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบันและนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง</p>
-	<p><b>3543106 การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ 3(2-2-5)</b>  <b>Products Design and Services Development</b>            บทบาท ความสำคัญ ประเภทของการออกแบบบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก สินค้าและบริการ มาตรฐานและกฎระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การนำศิลปะและเทคโนโลยีร่วมสมัยมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์</p> <p>The role, importance and type of packaging and labels, the packaging and labels techniques, goods and services, standards and regulations of the relevant authorities, art and contemporary technology application in the development packaging design.</p>	<p>- เพิ่มรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการเรียนการสอนที่บูรณาการความรู้ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3543501 โปรแกรมสำเร็จรูปและการประยุกต์ใช้งานทางการตลาด Software Package and Application for Marketing</p> <p>ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างและวิธีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ประเภทต่าง ๆ เช่น ระบบฐานข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์เวิร์คชีต ตลอดจนโปรแกรมสำเร็จรูปใหม่ ๆ ในปัจจุบันที่สถานประกอบการใช้อยู่</p>	<p>3543501 โปรแกรมสำเร็จรูปและการประยุกต์ใช้งานทางการตลาด Software Package and Application for Marketing</p> <p>โครงสร้าง และวิธีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ที่นิยมใช้ในปัจจุบันประเภทต่าง ๆ ระบบฐานข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์เวิร์คชีต และโปรแกรมสำเร็จรูปใหม่ ๆ ในปัจจุบันที่ใช้อยู่ในสถานประกอบการ</p> <p>Structure and software method, commonly used in the different types, database systems, electronic work sheets and currently program being used in the workplace.</p>	<p>- ปรับปรุงจำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการเรียนการสอน โดยลดภาคทฤษฎีเป็น 2 ชั่วโมง เพิ่มภาคปฏิบัติเป็น 2 ชั่วโมง ลดศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็น 5 ชั่วโมง</p> <p>- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน</p>
-	<p>3544601 การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด 3(3-0-6) Quantitative Analysis for Marketing</p> <p>การตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบข้อมูลข่าวสารทางการตลาด ความน่าจะเป็น ทฤษฎีการตัดสินใจ การจัดซื้อสินค้า การผลิต เมทริกส์ โปรแกรมเชิงเส้น เทคนิคการตั้งราคา การขนส่งและช่องทางการจัดจำหน่าย วิชชีมเพล็กซ์ การมอบหมายงานและการพยากรณ์</p> <p>Marketing, marketing environment, marketing information system, probability, decision making theory, purchasing goods, manufacturing, matrix, linear programming, technical pricing, transportation and distribution channels, simplex system, assignments and forecast.</p>	<p>- เพิ่มรายวิชา โดยปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาที่เชื่อมโยงกับเนื้อหาทางสถิติและการพยากรณ์ยอดขาย</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555	หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559	สาระที่ปรับปรุง
<p>3544104    <b>สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด</b>    3(2-2-5)</p> <p><b>Current Issues in Marketing</b></p> <p>ศึกษาหัวข้อข่าวสารทางการตลาดที่น่าสนใจในปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์ อธิบาย ประเมิน ตลอดจนคาดคะเน โดยประยุกต์ความรู้ทางการตลาดและการศึกษาค้นคว้า</p>	<p>3544904    <b>สถานการณ์ปัจจุบันทางการตลาด</b>    3(2-2-5)</p> <p><b>Current Issues in Marketing</b></p> <p>ศึกษาหัวข้อข่าวสารทางการตลาดที่น่าสนใจในปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์ อธิบาย ประเมิน ตลอดจนคาดคะเน โดยประยุกต์ความรู้ทางการตลาดและการศึกษาค้นคว้า</p> <p>Topics of interest in nowadays marketing, explanation, analysis evaluation to predictions, the application of marketing knowledge in marketing and research.</p>	<p>- เปลี่ยนรหัสวิชา โดยจัดลำดับความยากง่ายของรายวิชา เพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอน</p>
<p>-</p>	<p>3544105    <b>การตลาดจำลอง</b>    3(2-2-5)</p> <p><b>Dummy Marketing</b></p> <p>ผสมผสานและประมวลผลทฤษฎีทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินงานทางการตลาดจำลอง โดยการจัดตั้งบริษัทจำลองหรือธุรกิจจำลอง และใช้ความรู้จากทฤษฎีด้านการตลาดที่ได้ศึกษาไปประยุกต์ในการจัดการและดำเนินงาน</p> <p>Combined and processing marketing theory to used in the market simulation, the establishment of business model, and knowledge of marketing theory, applied to the study of management and operations.</p>	<p>- เพิ่มรายวิชา โดยปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบันและนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง</p>

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3562307	<b>การจัดการการผลิต</b> <b>Production Management</b> ความหมายและแนวความคิดด้านการจัดการการผลิต การวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการพยากรณ์ การวางแผนและการจัดการกำลังการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง และการวางแผนกระบวนการผลิต การบริหารโครงการ การจัดการคุณภาพ และการจัดการสินค้าคงคลัง	3(3-0-6)	-			- ตัดรายวิชา เพราะรวมเนื้อหาไว้ในรายวิชาการพยากรณ์ยอดขาย และการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการตลาด
3601101	<b>เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ</b> <b>Information Technology in Business</b> ศึกษาวิวัฒนาการของคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ องค์ประกอบของคอมพิวเตอร์ ทั้งในด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูล แบบต่าง ๆ เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝึกปฏิบัติการใช้งานคอมพิวเตอร์พื้นฐาน การใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้งานระบบปฏิบัติการที่ใช้ในปัจจุบัน การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง เช่น การนำมาประยุกต์ใช้งานด้านการพิมพ์และจัดเก็บเอกสาร งานด้าน Spreadsheet การพิมพ์รายงานและสร้างกราฟจากข้อมูล การนำเสนอสารสนเทศ เป็นต้น	3(2-2-5)	3601102	<b>เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ</b> <b>Information Technology in Business</b> วิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี เทคโนโลยีสารสนเทศ วิวัฒนาการของคอมพิวเตอร์ องค์ประกอบของคอมพิวเตอร์ ด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ พื้นฐานระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ จริยธรรม การใช้งานระบบปฏิบัติการที่ใช้ในปัจจุบัน การใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้งานโปรแกรมสำนักงานอัตโนมัติ Prerequisite: None. Information technology, evolution of computer, computer hardware, computer software, basic computer network, modern information technology, computer ethics, the operating system currently in usage, internet usage, office automatic usage.	3(2-2-5)	- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ						
1. แผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ						
3544801	เตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ Preparation for on-the-job Training	1(45)	3544801	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพทาง การตลาด Preparation for Professional Experience in Marketing	2(90)	- ปรับปรุงจำนวน หน่วยกิตและจำนวน ชั่วโมงที่ใช้ในเตรียมฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ
<p>รายวิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี</p> <p>การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนฝึก ประสบการณ์วิชาชีพในด้านความรู้ ลักษณะและโอกาสของการ ประกอบอาชีพ การพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะ เจตคติ แรงจูงใจ และคุณลักษณะที่เหมาะสมกับวิชาชีพทางการตลาด โดยกระทำ ในสถานการณ์หรือรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับทางการตลาด</p>			<p>รายวิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี</p> <p>การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนฝึกประสบการณ์ วิชาชีพในด้านการรับรู้ ลักษณะและโอกาสของการประกอบอาชีพ การ พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ทักษะ เจตคติ แรงจูงใจ และคุณลักษณะที่ เหมาะสมกับวิชาชีพทางการตลาด โดยกระทำในสถานการณ์หรือ รูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับทางการตลาด</p> <p>Prerequisite: None.</p> <p>To prepare the students prior professional experiences in the field of knowledge. The quality and opportunity of occupation, to development students' knowledge, skills, attitudes, motivations and characteristic appropriate to the professional experience in marketing. By acts or situations which involve various forms of marketing.</p>			



หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3544802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ Job Training	6(540)	3544802	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด Professional Experience in Marketing	5(450)	- ปรับปรุงจำนวน หน่วยกิตและจำนวน ชั่วโมงที่ใช้ในฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ
<p>รายวิชาที่ต้องสอบผ่านมาก่อน : 3503801 เตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</p> <p>จัดให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านธุรกิจ ในหน่วยงานของรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือธุรกิจเอกชน ภายใต้การ ควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยนำความรู้ทั้งทางภาคทฤษฎีและ ภาคปฏิบัติที่ได้จากการศึกษานำไปใช้สถานการณ์จริง</p>			<p>รายวิชาที่ต้องสอบผ่านมาก่อน : 3503801 การเตรียมฝึกประสบการณ์ วิชาชีพ</p> <p>จัดนักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดใน หน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนภายใต้ การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยนำ ความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้ในการฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ เพื่อให้เข้าใจถึงการประยุกต์ใช้งานในสถานที่จริงและ สถานการณ์จริง ทั้งนี้สถานที่ฝึกขึ้นอยู่กับความเหมาะสม จัดให้มีการปฐมนิเทศ เกี่ยวกับรายละเอียดของการฝึกประสบการณ์ และจัดให้มีการปัจฉิมนิเทศ เพื่อ อภิปรายปัญหาของการฝึกประสบการณ์ที่เกิดขึ้น และเสนอแนวทางแก้ไข ปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี</p> <p>Prerequisite: 3503801 Preparation for Professional Experience in Marketing</p> <p>Internship marketing business in official government, State Enterprises and Private business, under control the advisor, apply theoretical selection and practical select in real situation. The job training is appropriate. An orientation about the details of coaching experience. And held the post training to discuss the issue of training on and propose ways to resolve them with good success.</p>			

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง		
2. แผนสหกิจศึกษา								
3503801	การเตรียมสหกิจศึกษา Preparation to Cooperative Education	1(45)	3503801	การเตรียมสหกิจศึกษา Preparation to Cooperative Education	1(45)	- ปรับปรุงคำอธิบาย รายวิชาบางส่วน เพื่อให้ เนื้อหาของรายวิชา เหมาะสมกับเหตุการณ์ ปัจจุบัน		
<p>รายวิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี</p> <p>จัดให้มีกิจกรรมเตรียมความพร้อม ของผู้เรียนก่อน เข้าสู่โครงการสหกิจศึกษา เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะและประสบการณ์ ที่เหมาะสม โดยการฝึกปฏิบัติธุรกิจแบบครบวงจรอย่างเป็นระบบ ทั้ง วางแผนงาน นำแผนไปปฏิบัติและติดตามผล รวมทั้งการเสริมสร้าง บุคลิกภาพนักการตลาด</p>			<p>รายวิชาที่ต้องศึกษามาก่อน : ไม่มี</p> <p>หลักการแนวคิดและปรัชญาสหกิจศึกษา กระบวนการ และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสหกิจศึกษา เทคนิคการสมัครงานและ สอบสัมภาษณ์ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปพัฒนาตนเอง แนวทางการจัดทำโครงการ การรายงานผลการปฏิบัติงาน การเขียนรายงาน โครงการนำเสนอผลงานโครงการ ไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมง</p> <p>Prerequisite: None.</p> <p>The concept, Philosophy, procedure and regulations relating to cooperative education. Training about career technical, interview and the basic knowledge in practice in order to develop themselves. Guide for the prepare of project reporting performance, report writing and presentation the project at lease 30 hours.</p>					

หลักสูตรเดิม ปีการศึกษา 2555			หลักสูตรปรับปรุง ปีการศึกษา 2559			สาระที่ปรับปรุง
3503802	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6(540)	3503802	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6(540)	- ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาบางส่วน เพื่อให้เนื้อหาของรายวิชาเหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน
<p>รายวิชาที่ต้องสอบผ่านมาก่อน : 35038031 การเตรียมสหกิจศึกษานักศึกษาในภาคการศึกษาสุดท้ายที่ศึกษาวิชาต่าง ๆ จนครบหลักสูตร โดยมีวิชาคงเหลือรวมวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ไม่นเกิน 6 หน่วยกิต และผลการเรียน คะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.5 รวมทั้งคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนด สามารถเลือกโครงการสหกิจศึกษาซึ่งเป็นการเข้าทำงานในฐานะพนักงานฝึกงานชั่วคราวในสถานประกอบการ ในงานที่เกี่ยวข้องตามสาขาที่เรียนตามที่ได้ตกลงหรือกำหนดไว้ พร้อมทั้งทำรายงานที่ได้รับมอบหมาย โดยจะต้องเข้าทำงานในสถานประกอบการ ไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ ในสถานประกอบการทั้งในภาคเอกชนและรัฐบาลโดยมีพนักงานที่ปรึกษา ผู้บังคับบัญชาและอาจารย์ดูแลและให้คำแนะนำ</p>			<p>รายวิชาที่ต้องสอบผ่านมาก่อน : 35038031 การเตรียมสหกิจศึกษา การฝึกปฏิบัติจริงเต็มเวลา โดยจะต้องมีระยะเวลาปฏิบัติจริงตามที่กำหนดในหน่วยงานราชการ องค์กรรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานเอกชนอย่างมีระบบ เรียนรู้ประสบการณ์จากการปฏิบัติงานและมีคุณภาพตรงตามที่หน่วยงานจริง องค์กรรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานเอกชนต้องการมากที่สุด โดยจัดให้มีการปฐมนิเทศก่อนการปฏิบัติงานจริง กำหนดคุณสมบัติของนักศึกษา มีการนิเทศโดยอาจารย์ที่ปรึกษา และมีการปัจฉิมเกี่ยวกับรายละเอียดของการปฏิบัติงานที่ค่าตอบแทนหรือสวัสดิการต่าง ๆ ตามความจำเป็นแก่นักศึกษา</p> <p>Prerequisite: 35038031 Preparation to Cooperative Education.</p> <p>Practice in full time, which requires the full duration of the actual operation, as determined by the government. Organizations, enterprises or private. Learn for the experience, quality and standards, the agency determined. Provide an orientation before the actual work. Supervision by a supervisor. And the Post-Training on the details of the operation. And compensation or welfare are served to students as needed.</p>			

**ภาคผนวก ค**

ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ และคำสั่งต่าง ๆ



**ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร  
ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554**

---

โดยที่เป็นการสมควรให้มีข้อบังคับว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัย เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติและเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จึงอาศัยอำนาจตามมาตรา 18 (2) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 ออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบังคับนี้เรียกว่า "ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2554"

ข้อ 2 ให้ใช้ข้อบังคับนี้ตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3 บรรดาข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง และประกาศ อันใดในส่วนที่ได้กำหนดไว้แล้วในข้อบังคับนี้ หรือซึ่งขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ 4 ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ข้อ 5 ให้มหาวิทยาลัยจัดการศึกษาในสาขาวิชาต่าง ๆ ตามหลักสูตรที่ได้รับอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัย โดยจัดการเรียนการสอนในระบบทวิภาคที่มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าสิบห้าสัปดาห์ ต่อหนึ่งภาคการศึกษาปกติ สำหรับการจัดการเรียนการสอนรายวิชาใด ๆ ที่เป็นหลักสูตรอิสระระยะสั้นในภาคการศึกษาปกติ และภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้ระยะเวลาศึกษาให้เป็นไปตามเงื่อนไขของหลักสูตรนั้น ๆ

มหาวิทยาลัยอาจจัดให้มีการเรียนการสอนในภาคการศึกษาฤดูร้อนที่มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าแปดสัปดาห์ด้วยก็ได้ โดยจัดให้มีการเรียนการสอนครบตามจำนวนชั่วโมงเรียนในภาคการศึกษาปกติสำหรับรายวิชานั้น ๆ ภายในระยะเวลาศึกษาสำหรับภาคการศึกษาฤดูร้อน

ข้อ 6 ผู้ที่เข้าศึกษาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย จะต้องสำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า เว้นแต่หลักสูตรการศึกษาต่อเนื่อง จะต้องสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือประกาศนียบัตรอื่น ๆ ที่เทียบเท่า และต้องมีคุณสมบัติตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ 7 การรับนักศึกษาเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย ให้ดำเนินการโดยการสอบคัดเลือก หรือคัดเลือก ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ 8 นักศึกษาสามารถเลือกสมัครเข้าศึกษาในระบบการศึกษาภาคปกติที่จัดการเรียนการสอนในเวลาราชการ หรือทั้งในและนอกเวลาราชการ หรือการศึกษาภาคพิเศษซึ่งจัดเฉพาะนอกเวลาราชการก็ได้

ข้อ 9 นักศึกษาที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย สามารถขอยกเว้นการเรียนรายวิชา หรือเทียบโอนหน่วยกิตรายวิชา โดยนำประสบการณ์ หรือผลการเรียนรายวิชาจากมหาวิทยาลัย หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่มหาวิทยาลัยรับรองมาขอยกเว้นหรือเทียบโอนหน่วยกิตรายวิชา ตามระเบียบของมหาวิทยาลัยก็ได้

ข้อ 10 มหาวิทยาลัยสามารถจัดการศึกษาหลักสูตรควบปริญญาตรีสองปริญญาตามแนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรควบระดับปริญญาตรีสองปริญญาของกระทรวงศึกษาธิการได้

ข้อ 11 โครงสร้างหลักสูตรของแต่ละสาขาวิชา การคิดเทียบจำนวนชั่วโมงเรียนเป็นค่าหน่วยกิต การกำหนดหน่วยกิตรวมและระยะเวลาของหลักสูตรแต่ละสาขาวิชา ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรอุดมศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนด

ข้อ 12 มหาวิทยาลัยต้องจัดให้มีอาจารย์ที่ปรึกษาของนักศึกษา เพื่อทำหน้าที่ให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางการศึกษา และการลงทะเบียนเรียนแก่นักศึกษา

ข้อ 13 การลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคการศึกษาปกติ ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิตและไม่เกิน 22 หน่วยกิต สำหรับภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 12 หน่วยกิต

ในกรณีที่มีความจำเป็น อธิการบดีอาจพิจารณาอนุญาตยกเว้น ให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนตามเกณฑ์ที่แตกต่างไปจากที่กำหนดในวรรคหนึ่งก็ได้

ข้อ 14 การลงทะเบียนเรียนจะสมบูรณ์ต่อเมื่อได้ชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ พร้อมทั้งยื่นหลักฐานการลงทะเบียนเรียนต่อมหาวิทยาลัยแล้ว

ข้อ 15 ในกรณีที่มีเหตุผลอันสมควร อธิการบดีอาจอนุญาตให้คืนสภาพการเป็นนักศึกษา แก่นักศึกษาที่พ้นสภาพการเป็นนักศึกษา ด้วยเหตุไม่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาปกติและไม่ได้รักษาสภาพการเป็นนักศึกษาก็ได้

ข้อ 16 อาจารย์ผู้สอนแต่ละคนต้องจัดทำรายละเอียดของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของรายวิชาที่ตนสอน

ข้อ 17 ในกรณีที่รายวิชาเดียวกันมีอาจารย์ผู้สอนหลายคน ให้อาจารย์ผู้สอนทุกคนร่วมกันจัดทำรายละเอียดของรายวิชาและรายงานผลการดำเนินการของรายวิชานั้น

ข้อ 18 ให้แต่ละคณะมีคณะกรรมการทำหน้าที่ กำกับ และควบคุมดูแลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษาในสาขาวิชาต่างๆ ตลอดจนจัดทำรายละเอียดของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา และรายงานผลการดำเนินการของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษาด้วย

ข้อ 19 ให้มหาวิทยาลัยประเมินผลการสอนของอาจารย์ผู้สอนอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง เพื่อให้อาจารย์ผู้สอนได้พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการสอน

ข้อ 20 การวัดและประเมินผลการศึกษา ให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ. 2548

ข้อ 21 ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจตีความและวินิจฉัยชี้ขาดในกรณีที่มีปัญหาจากการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ การวินิจฉัยชี้ขาดของอธิการบดีถือเป็นอันสิ้นสุด

ประกาศ ณ วันที่ 27 มีนาคม พ.ศ. 2554



(ศาสตราจารย์เกษม จินทร์แก้ว)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร



**ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร  
ว่าด้วย การประเมินผลการศึกษาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี  
พ.ศ. 2548**

---

โดยที่เป็นการสมควรให้ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรมีข้อบังคับว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี เพื่อกำกับมาตรฐานเชิงคุณภาพในการดำเนินการประเมินผลการศึกษาสำหรับนักศึกษาภาคปกติและภาคพิเศษของมหาวิทยาลัย จึงอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 18 (2) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 ออกข้อบังคับ ว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบังคับเรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ. 2548”

ข้อ 2 บรรดาข้อบังคับ ประกาศ หรือคำสั่งอื่นใด ในส่วนที่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ 3 ให้ใช้ข้อบังคับนี้สำหรับประเมินผลการศึกษาของนักศึกษาภาคปกติและนักศึกษาภาคพิเศษ ระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา 2549

เป็นต้นไป

ข้อ 4 ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

“งานทะเบียนและประมวลผล” หมายความว่า หน่วยงานในสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน ทำหน้าที่ประมวลผลการเรียนทุกรายวิชาของนักศึกษา

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

“ภาคเรียนถัดไป” หมายความว่า ภาคเรียนที่ถัดจากภาคเรียนที่นักศึกษาลงทะเบียนรายวิชานั้นไว้

“นักศึกษาภาคพิเศษ” หมายความว่า นักศึกษาที่เข้าศึกษาตามโครงการจัดการศึกษาสำหรับบุคลากรประจำการ โครงการจัดการศึกษาเพื่อปวงชน หรือนักศึกษาที่เข้าศึกษาตามโครงการอื่นที่ไม่ใช่ภาคปกติ

ข้อ 5 ให้มีการประเมินผลทุกรายวิชาที่จัดให้มีการเรียนการสอน การวัดผลต้องทำตลอดภาคเรียนอย่างสม่ำเสมอด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การทดสอบ การตรวจรายงานและผลงาน และการสังเกตพฤติกรรม เพื่อทราบความก้าวหน้าในการเรียน โดยมีสัดส่วนคะแนนระหว่างภาคร้อยละ



30 ถึง 70 และต้องมีการสอบปลายภาคเรียนด้วย เว้นแต่รายวิชาที่กำหนดให้ประเมินลักษณะอื่นตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ผลการประเมินเป็นรายวิชาให้ผ่านการตรวจสอบของประธานโปรแกรมวิชา และคณบดี การอนุมัติผลเป็นอำนาจของอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย

ข้อ 6 ให้การประเมินผลการเรียนรายวิชาต่างๆ ตามหลักสูตรมี 2 ระบบ ดังนี้

6.1 สำหรับรายวิชามาตรฐานที่หลักสูตรกำหนดให้ประเมินผลการเรียนในระบบค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น 8 ระดับ ตามสัญลักษณ์และความหมายที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน      ความหมายของผลการเรียน      ค่าระดับ  
คะแนน

A	ดีเยี่ยม (Excellent)	4.0
B <sup>+</sup>	ดีมาก (Very Good)	3.5
B	ดี (Good)	3.0
C <sup>+</sup>	ดีพอใช้ (Fair Good)	2.5
C	พอใช้ (Fair)	2.0
D <sup>+</sup>	อ่อน (Poor)	1.5
D	อ่อนมาก (Very Poor)	1.0
E	ตก (Fail)	0.0

ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ตามระบบนี้ ต้องไม่ต่ำกว่า “D” ถ้านักศึกษาได้ระดับคะแนนเป็น “E” ในรายวิชาใด ต้องลงทะเบียนและเรียนวิชานั้นใหม่จนกว่าจะสอบได้ ยกเว้นรายวิชาที่เป็นวิชาเลือก ให้ลงทะเบียนและเรียนรายวิชาอื่นที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันแทนได้

สำหรับรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ผลการประเมินที่มีค่าระดับคะแนนต่ำกว่า “C” ถือว่าสอบตก นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนและเรียนใหม่ ในกรณีนี้ ถ้าได้รับการประเมินรายวิชาดังกล่าวต่ำกว่า “C” เป็นครั้งที่สองให้นักศึกษาผู้นั้นพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

6.2 สำหรับรายวิชาที่หลักสูตร หรือสภามหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนเพิ่มเติมตามข้อกำหนดเฉพาะ โดยไม่คิดค่าระดับคะแนน ให้ประเมินผลในระบบสัญลักษณ์ ดังต่อไปนี้

ระดับการประเมิน	ผลการเรียน
PD (Pass with Distinction)	ผ่านดีเยี่ยม
P (Pass)	ผ่าน
F (Fail)	ไม่ผ่าน

ในระบบนี้ รายวิชาที่ได้ผลการเรียน “F” นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนใหม่จนกว่าจะสอบได้

ข้อ 7 ให้สัญลักษณ์ต่อไปนี้ ในการบันทึกผลการเรียนในกรณีอื่นๆ ที่ไม่มีค่าระดับคะแนน

### สัญลักษณ์ ความหมาย และการใช้

Au (Audit) ใช้บันทึกผลการเรียนวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียน เพื่อร่วมฟังโดยไม่นับหน่วยกิตและมีผลการเรียนผ่านเกณฑ์การประเมินผลที่อาจารย์ผู้สอนกำหนด

W (Withdraw) ใช้บันทึกผลการเรียนของนักศึกษาลงทะเบียน ในกรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

(1) นักศึกษาขอถอนรายวิชาเรียนเมื่อพ้นกำหนด 15 วัน นับแต่วันเปิดภาคเรียน

(2) นักศึกษาถูกสั่งให้พักการเรียนหลังจากที่ลงทะเบียนในภาคเรียนนั้นแล้วและได้รับอนุมัติให้ถอนรายวิชานั้นก่อนกำหนดสอบภาคปลายไม่น้อยกว่าสองสัปดาห์

(3) นักศึกษาลงทะเบียนเรียน เพื่อร่วมฟัง (Audit) โดยไม่ับหน่วยกิต และผลการศึกษาวินิจฉัยไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลที่อาจารย์ผู้สอนกำหนด

I (Incomplete) ใช้บันทึกผลการเรียนของนักศึกษาในกรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

(1) เป็นรายวิชาที่นักศึกษายังทำงานไม่เสร็จเมื่อสิ้นภาคเรียนซึ่งนักศึกษาจะต้องขอรับการประเมินเป็นค่าระดับคะแนนให้เสร็จสิ้นภายในภาคเรียนถัดไป

(2) เป็นรายวิชาที่นักศึกษามีสิทธิสอบปลายภาค แต่ขาดสอบและได้ยื่นคำร้องขอสอบในรายวิชาที่ขาดสอบนั้น ซึ่งคณะกรรมการที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้ง พิจารณานุญาตให้สอบในรายวิชาที่ขาดสอบนั้นได้

การให้ “I” แก่นักศึกษาคนใด อาจารย์ผู้สอนจะต้องส่งบันทึกรายละเอียดคะแนนเก็บทั้งหมดในภาคการศึกษา พร้อมระบุเหตุผลประกอบการส่งผลการเรียนด้วย

ข้อ 8 กรณีที่นักศึกษาที่ขอปรับค่าระดับคะแนนรายวิชาที่ได้ “I” ทำงานไม่เสร็จภายในเวลาที่กำหนด ให้อาจารย์ผู้สอนทำการประเมินผลการเรียนจากคะแนนที่มีอยู่แล้ว โดยให้ผลงานที่ค้างอยู่เป็น “ศูนย์” และในกรณีที่ไม่มีผลการประเมินผลจากอาจารย์ผู้สอนในภาคเรียนถัดไป ให้งานทะเบียนและประมวลผล ปรับผลการเรียนรายวิชาที่ได้ “I” นั้นเป็น “E” หรือ “F” แล้วแต่กรณี

ข้อ 9 ทุกรายวิชาที่นักศึกษาได้ลงทะเบียนเรียนไว้ต้องได้รับการประเมินผลจากอาจารย์ผู้สอน และกำหนดค่าระดับคะแนน หรือสัญลักษณ์ ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้ รายวิชาใดที่อาจารย์ผู้สอนไม่รายงานผลการประเมินเป็นค่าระดับคะแนน โดยไม่ระบุสัญลักษณ์อื่นใด และมีใช้รายวิชาที่นักศึกษาดอนการลงทะเบียน ให้งานทะเบียนและประมวลผลบันทึกผลการเรียน รายวิชานั้นเป็น “E” หรือ “F” แล้วแต่กรณี

ข้อ 10 ให้ใช้สัญลักษณ์ P ตามข้อ 6.2 สำหรับบันทึกผลการประเมินสำหรับรายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการเรียน ตามระเบียบเกี่ยวกับการยกเว้นการเรียน

ข้อ 11 กรณีนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย สถาบันราชภัฏ หรือหลักสูตรที่อนุมัติโดยสภาการศึกษาแห่งชาติ เข้าศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา) จะลงทะเบียนรายวิชาซ้ำหรือรายวิชาเทียบเท่ากับรายวิชาที่เคยศึกษา

มาแล้วในระดับอนุปริญญาไม่ได้ และให้เว้นการนับหน่วยกิตเพื่อพิจารณาวิชาเรียนครบตามหลักสูตรที่กำลังศึกษาอยู่ ยกเว้นเป็นรายวิชาที่เคยสอบได้มาแล้วนับตั้งแต่วันที่สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาถึงวันเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี(หลังอนุปริญญา) เกิน 5 ปี

ข้อ 12 การหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคเรียนและค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้คิดเป็นเลขทศนิยม 2 ตำแหน่ง โดยไม่ปัดเศษ

12.1 กรณีสอบตกรายวิชาบังคับและต้องเรียนซ้ำ ให้นับรวมหน่วยกิตที่สอบตกเป็นตัวหารด้วย

12.2 กรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนวิชาซ้ำกับรายวิชาที่สอบได้แล้ว หรือเรียนรายวิชาที่เป็นวิชาเทียบเท่าตามที่หลักสูตรกำหนดให้นับหน่วยกิตและค่าระดับคะแนนเฉพาะวิชาที่ลงทะเบียนครั้งแรกเท่านั้น

ข้อ 13 นักศึกษาในระบบเข้าชั้นเรียนจะต้องสอบปลายภาคเรียนตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดนักศึกษาที่มีสิทธิสอบปลายภาคเรียนต้องมีเวลาเข้าชั้นเรียนในรายวิชานั้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนทั้งหมด หรือน้อยกว่าร้อยละ 80 แต่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และคณะกรรมการที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งพิจารณาเห็นสมควรยกเว้นให้มีสิทธิสอบปลายภาคเรียนได้

ข้อ 14 นักศึกษาที่ไม่ได้สอบปลายภาคเรียน ด้วยเหตุที่ไม่มีสิทธิสอบเนื่องจากมีเวลาเข้าชั้นเรียนไม่ถึงร้อยละ 60 ของเวลาเรียนทั้งหมด และไม่ได้รับยกเว้นให้มีสิทธิสอบปลายภาคตามที่กำหนดในข้อ 13. วรคท่าย ให้อาจารย์ผู้สอนพิจารณำบันทึกผลการประเมินเป็น “E” หรือ “F” แล้วแต่กรณี

ข้อ 15 นักศึกษาที่มีสิทธิสอบปลายภาคเรียนแต่ขาดสอบ ให้อาจารย์ผู้สอนบันทึกผลการประเมินรายวิชานั้นเป็น “E” หรือ “F” แล้วแต่กรณี เว้นแต่ขาดสอบเนื่องจากมีเหตุจำเป็นอื่นที่เป็นเหตุสุดวิสัยอย่างยิ่ง และได้ยื่นคำร้องต่องานทะเบียนและประมวลผล ขอสอบในรายวิชาที่ขาดสอบนั้น ภายใน 15 วันนับแต่วันเปิดภาคเรียนของภาคเรียนถัดไป

กรณีนี้ให้คณะกรรมการที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งพิจารณำอนุญาตตามความเหมาะสม และให้อาจารย์ผู้สอน หรืออาจารย์ที่เป็นประธานโปรแกรมวิชานั้น ทำการสอบให้ในภาคเรียนที่ถัดไปนั้นได้ และให้บันทึกผลการประเมินรายวิชานั้นตามค่าระดับคะแนนในการสอบนั้นได้

ข้อ 16 ผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนทุกข้อ ดังนี้

16.1 มีความประพฤติดี มีคุณธรรม

16.2 สอบได้รายวิชาต่างๆ ครบตามหลักสูตร รวมทั้งรายวิชาที่หลักสูตรหรือสภามหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนเพิ่ม

16.3 ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยสะสม ไม่ต่ำกว่า 2.00

16.4 สำหรับนักศึกษาภาคปกติ มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่า 4 ภาคเรียน และมีสภาพการเป็นนักศึกษาไม่เกิน 8 ภาคเรียนปกติติดต่อกันในกรณีที่เรียนหลักสูตร 2 ปี ไม่ต่ำกว่า 5 ภาคเรียน และมีสภาพการเป็นนักศึกษาไม่เกิน 12 ภาคเรียนปกติติดต่อกันในกรณีที่เรียน หลักสูตร 3 ปี และไม่ต่ำกว่า 6 ภาคเรียนปกติ และมีสภาพการเป็นนักศึกษาไม่เกิน 16 ภาคเรียนปกติติดต่อกันในกรณีที่เรียนหลักสูตร 4 ปี และไม่ต่ำกว่า 8 ภาคเรียน และมีสภาพการเป็นนักศึกษาไม่เกิน 20 ภาคเรียนปกติติดต่อกันในกรณีที่เรียนหลักสูตร 5 ปี

16.5 สำหรับนักศึกษาภาคพิเศษ มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่า 6 ภาคเรียนและมีสภาพเป็นนักศึกษาไม่เกิน 5 ปี กรณีเรียนหลักสูตร 2 ปี และไม่ต่ำกว่า 9 ภาคเรียน และมีสภาพการเป็นนักศึกษาไม่เกิน 7 ปี ในกรณีที่เรียนหลักสูตร 3 ปี และไม่ต่ำกว่า 12 ภาคเรียน และมีสภาพการเป็นนักศึกษาไม่เกิน 9 ปี กรณีที่เรียนหลักสูตร 4 ปี และไม่ต่ำกว่า 15 ภาคเรียนและไม่เกิน 11 ปี กรณีที่เรียนหลักสูตร 5 ปี

ข้อ 17 การฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา

17.1 นักศึกษาภาคปกติ ฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษาตามเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(1) ผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 1.60 เมื่อสิ้นภาคเรียนปกติ ภาคเรียนที่ 2 นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน

(2) ผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 1.80 ในภาคเรียนปกติที่ 4 ที่ 6 ที่ 8 ที่ 10 ที่ 12 ที่ 14 และที่ 16 นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน

(3) ลงทะเบียนเรียนและเรียนครบตามที่หลักสูตรกำหนดแล้ว แต่ยังได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 1.80

(4) มีสภาพเป็นนักศึกษารอบ 8 ภาคเรียนปกติติดต่อกันในกรณีเรียนหลักสูตร 2 ปี รอบ 12 ภาคเรียนปกติติดต่อกันในกรณีเรียนหลักสูตร 3 ปี และรอบ 16 ภาคเรียนปกติติดต่อกัน ในกรณีที่เรียนหลักสูตร 4 ปี รอบ 20 ภาคเรียนปกติติดต่อกันในกรณีเรียนหลักสูตร 5 ปี และขาดคุณสมบัติตามข้อ 16.2 และ 16.3 ในการเป็นผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

(5) ไม่ผ่านการประเมินรายในวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือการฝึกประสบการณ์วิชาชีพเป็นครั้งที่ 2

17.2 นักศึกษาภาคพิเศษจะฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษาเมื่อผลการประเมินได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 1.80 เมื่อสิ้นภาคเรียนที่ 4 นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียนกรณีหลักสูตร 2 ปี สิ้นภาคเรียนที่ 6 นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียนกรณีหลักสูตร 3 ปี และเมื่อสิ้นภาคเรียนที่ 7 นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียน กรณีหลักสูตร 4 ปี สิ้นภาคเรียนที่ 8 นับตั้งแต่เริ่มเข้าเรียนกรณีหลักสูตร 5 ปี หรือนักศึกษาลงทะเบียนเรียนครบตามที่หลักสูตรกำหนดแต่ยังได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 1.80 หรือไม่ผ่านการประเมินในรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือการฝึกประสบการณ์วิชาชีพเป็นครั้งที่ 2

ข้อ 18 เมื่อนักศึกษาเรียนได้จำนวนหน่วยกิตครบตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแล้ว ถ้าได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 1.80 แต่ไม่ถึง 2.00 ให้เลือกเรียนรายวิชาเพิ่มเติม เพื่อทำค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้ถึง 2.00 ทั้งนี้ ต้องอยู่ในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในข้อ 16 ด้วย

ข้อ 19 นักศึกษาที่ทุจริต หรือร่วมทุจริตในการสอบรายวิชาใด ให้มหาวิทยาลัยพิจารณาโทษตามควรแก่กรณีดังนี้

19.1 ให้สอบตกในรายวิชานั้น และพักการเรียนในภาคเรียนถัดไป หรือ

19.2 ให้สอบตกทุกรายวิชาในภาคเรียนนั้น หรือ

19.3 ให้ฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ 20 ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ที่จะได้รับเกียรตินิยม ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนดังต่อไปนี้

20.1 ปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปีและ 5 ปี ให้ได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง เมื่อเรียนครบหลักสูตรแล้วได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 3.60 และ สำหรับผู้ที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ถึง 3.60 แต่ไม่น้อยกว่า 3.25 ให้ได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

สำหรับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา) สอบได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าจากสถานศึกษาเดิมไม่น้อยกว่า 3.60 และเรียนครบตามหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมจากการศึกษาในมหาวิทยาลัย ไม่น้อยกว่า 3.60 ให้ได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง ส่วนผู้ที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมทั้งจากสถานศึกษาเดิมและจากมหาวิทยาลัยไม่ถึง 3.60 แต่ไม่น้อยกว่า 3.25 ให้ได้เกียรตินิยมอันดับสอง

20.2 สอบได้ในรายวิชาใดๆ ไม่ต่ำกว่า “C” ตามระบบค่าระดับคะแนน หรือไม่ได้ “F” ตามระบบไม่มีค่าระดับคะแนน สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (หลังอนุปริญญา) จะพิจารณาผลการเรียนในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า เช่นเดียวกัน

20.3 นักศึกษาภาคปกติ มีเวลาเรียนไม่เกิน 4 ภาคเรียนปกติ สำหรับหลักสูตร 2 ปี ไม่เกิน 6 ภาคเรียนปกติ สำหรับหลักสูตร 3 ปี ไม่เกิน 8 ภาคเรียนปกติ สำหรับหลักสูตร 4 ปี และไม่เกิน 10 ภาคเรียนปกติ สำหรับหลักสูตร 5 ปี

นักศึกษาภาคพิเศษมีเวลาเรียนไม่เกิน 8 ภาคเรียน สำหรับหลักสูตร 2 ปี ไม่เกิน 11 ภาคเรียนปกติ สำหรับหลักสูตร 3 ปี ไม่เกิน 14 ภาคเรียน สำหรับหลักสูตร 4 ปี และไม่เกิน 17 ภาคเรียนปกติ สำหรับหลักสูตร 5 ปี

ข้อ 21 การนับกำหนดวันสิ้นสุดภาคเรียน ให้ยึดถือวันที่มหาวิทยาลัยกำหนด เป็นวันสุดท้ายของการสอบปลายภาคเรียน

ข้อ 22 ให้คณะกรรมการที่สภาแต่งตั้งเป็นผู้อนุมัติการประเมินผลการศึกษา

ข้อ 23 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้ และเป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาดในกรณีเกิดปัญหาจากการใช้ข้อบังคับนี้ การวินิจฉัยชี้ขาดถือเป็นอันสิ้นสุด

ประกาศ ณ วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ.2548



(ศาสตราจารย์เกษม จันทร์แก้ว)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร



**ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร  
ว่าด้วยการโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียนรายวิชา  
ระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ. 2550**

โดยที่เป็นการสมควรที่จะให้มีระเบียบว่าด้วยการโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียนรายวิชา ระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่แก่นักศึกษาของมหาวิทยาลัยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 18 (2) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 ออกระเบียบว่าด้วยการโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียนรายวิชาไว้ดังนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ว่าด้วยการโอนผลการเรียน และการยกเว้นการเรียนรายวิชา ระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี พ.ศ. 2550”

ข้อ 2 ให้ใช้ระเบียบนี้ ตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศ เป็นต้นไป

บรรดาระเบียบ คำสั่ง หรือข้อบังคับอื่นใดที่เกี่ยวกับการโอนผลการเรียนและการยกเว้นการเรียนรายวิชา ซึ่งได้กำหนดไว้แล้วในระเบียบนี้ หรือที่ขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ 3 ในระเบียบนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

“นักศึกษา” หมายความว่า ผู้ที่ศึกษาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย ในระดับที่ไม่ต่ำกว่าอนุปริญญา และให้หมายความรวมถึงผู้ที่ศึกษาอบรมตามโครงการอื่น ที่ใช้หลักสูตรของมหาวิทยาลัย

“สถาบันอุดมศึกษา” หมายความว่า สถาบันการศึกษาที่มีการจัดการเรียน การสอน ในระดับหลังมัธยมศึกษาตอนปลาย หลักสูตรไม่ต่ำกว่าระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ที่คณะกรรมการการอุดมศึกษารับรอง

“การศึกษาโดยระบบอื่น” หมายความว่า การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การฝึกอาชีพ และให้รวมถึงประสบการณ์จากการทำงานด้วย

“การโอนผลการเรียน” หมายความว่า การนำหน่วยกิตและค่าระดับคะแนนของทุกรายวิชาที่เคยศึกษาจากหลักสูตรของมหาวิทยาลัยมาใช้ โดยไม่ต้องศึกษารายวิชานั้นอีก

“การยกเว้นการเรียนรายวิชา” หมายความว่า การยกเว้นให้นักศึกษาไม่ต้องเรียนรายวิชาใดวิชาหนึ่งที่หลักสูตรของมหาวิทยาลัยกำหนด โดยนำหน่วยกิตและผลการศึกษาในรายวิชาใดๆ ตามหลักสูตรระดับเดียวกันของมหาวิทยาลัย มาใช้แทน ทั้งนี้ให้รวมถึงการนำผลการศึกษาและหน่วยกิต

ของรายวิชาตามหลักสูตรในระดับเดียวกันจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น และผลการศึกษาที่ได้รับจากการศึกษาโดยระบบอื่น ที่มีเนื้อหาสาระความยากเทียบได้ไม่น้อยกว่าสามในสี่ของเนื้อหาในรายวิชาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่ขอยกเว้นการเรียน

ข้อ 4 ผลการเรียน รายวิชาที่จะนำมา ใช้ในการ โอนผลการเรียน หรือยกเว้นการเรียน รายวิชาต้องเป็นผลการเรียนที่นักศึกษาได้รับมาแล้วไม่เกิน 10 ปี นับจากวันสำเร็จการศึกษา หรือ ภาคเรียนสุดท้ายที่ได้รับผลการเรียน หรือ วันสุดท้าย ของการศึกษาโดยระบบอื่นที่ได้รับผลการเรียน นั้น แล้วแต่กรณี จนถึงวันที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

กรณีที่ผลการเรียนรายวิชาที่นำมาขอโอน หรือยกเว้นการเรียนรายวิชา มีอายุเกินกว่าที่กำหนดในวรรคต้น ผู้ขอโอนหรือยกเว้นการเรียนรายวิชาอาจขอให้อาจารย์ประจำหลักสูตรของรายวิชาที่จะนำมาขอโอนหรือยกเว้นการเรียนรายวิชา ทำการสอบประเมินความรู้ และนำผลการสอบประเมินความรู้ที่ผ่านเกณฑ์มาขอโอนหรือยกเว้นการเรียนรายวิชาได้

ข้อ 5 ผู้มีสิทธิ์ได้รับโอนผลการเรียนต้องมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

- (1) เป็นนักศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรี แล้วแต่กรณีที่เคยศึกษาในมหาวิทยาลัย และพ้นสภาพนักศึกษาไปโดยไม่สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรที่ศึกษา
- (2) เป็นนักศึกษาที่ ย้ายสถานศึกษามาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอื่น
- (3) เป็นนักศึกษาที่เปลี่ยนสภาพ จากนักศึกษาภาคปกติเป็นนักศึกษาตามโครงการอื่นที่ใช้หลักสูตรมหาวิทยาลัย หรือจากนักศึกษาตามโครงการอื่นที่ใช้หลักสูตรมหาวิทยาลัยเป็นนักศึกษาภาคปกติ
- (4) เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาจากมหาวิทยาลัย

ข้อ 6 การโอนผลการเรียนต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขต่อไปนี้

- (1) นักศึกษาที่ขอโอนผลการเรียน ต้องมีสภาพการเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย
- (2) นักศึกษาที่ขอโอนผลการเรียน ต้องไม่เคยถูกสั่งให้ออกจากมหาวิทยาลัยตามระเบียบมหาวิทยาลัยว่าด้วยการประเมินผลการศึกษา
- (3) การโอนผลการเรียนต้องโอนทั้งหมดทุกรายวิชาที่เคยศึกษามา โดยไม่จำกัดจำนวนหน่วยกิตที่ขอโอน
- (4) ผลการเรียนรายวิชาที่จะนำมาใช้เทียบโอนจะต้องอยู่ภายในระยะเวลาที่กำหนด

ใน ข้อ 4 ของระเบียบนี้ การโอนผลการเรียน ไม่เป็นเหตุให้เสียสิทธิ์ที่จะได้รับปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ 7 ผู้มีสิทธิ์ได้รับการยกเว้นการเรียนรายวิชาต้องมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

- (1) เป็นนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา หรือ เคยศึกษาจากมหาวิทยาลัย
- (2) เป็นนักศึกษาที่ สำเร็จการศึกษาหรือเคยศึกษามาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น
- (3) เป็นนักศึกษาที่ ผ่านการศึกษาอบรมในรายวิชาใดรายวิชาหนึ่งตามหลักสูตรมหาวิทยาลัย
- (4) เป็นนักศึกษาที่ได้ศึกษาจากการศึกษาโดยระบบอื่น

ผู้มีสิทธิ์ยกเว้นตาม (3) และ (4) ต้องมีความรู้พื้นฐานระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

การศึกษาอบรมตามกรณีใน(3) และการศึกษาโดยระบบอื่นตาม(4) ที่นำผลการเรียนมาขอยกเว้นการเรียนรายวิชา จะต้องเป็นการอบรมหรือการศึกษาโดยระบบอื่นที่จัดขึ้น สำหรับผู้มีความรู้พื้นฐานระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ข้อ 8 การยกเว้นการเรียนรายวิชา ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขต่อไปนี้

- (1) รายวิชาที่นำมาขอยกเว้นรายวิชา ต้องเป็นรายวิชาที่ได้รับคะแนนไม่ต่ำกว่า C
- (2) การนำผลการเรียนจากการศึกษาโดยระบบอื่นมาขอยกเว้นการเรียนรายวิชา ให้ใช้ผลการประเมินของมหาวิทยาลัย ซึ่งประเมินตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยความเห็นชอบของสภามหาวิทยาลัย
- (3) สำหรับนักศึกษาที่ศึกษาตามหลักสูตร พ.ศ. 2549 เป็นต้นไป ให้ยกเว้นการเรียนรายวิชาในหมวดวิชาการศึกษาทั่วไปจำนวน 16 หน่วยกิต สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ที่เข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) โดยไม่ต้องนำเงื่อนไขข้อ 4 และข้อ 8 (1) มาใช้บังคับ
- (4) ให้ยกเว้นการเรียนรายวิชาในหมวดวิชาการศึกษาทั่วไปทั้งหมด สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมาแล้ว และเข้าศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรีในอีก วิชาเอกหนึ่ง โดยไม่ต้องนำเงื่อนไขข้อ 4 และข้อ 8 (1) มาใช้บังคับ
- (5) จำนวนหน่วยกิตที่ได้รับการยกเว้นรายวิชา รวมแล้วต้องไม่เกินสองในสามของหน่วยกิตรวมขั้นต่ำที่กำหนดไว้ในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย
- (6) ผู้ได้รับการยกเว้นการเรียนรายวิชาในทุกกรณี ต้องมีเวลาศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า 1 ปีการศึกษา
- (7) รายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการเรียนรายวิชา ให้บันทึกไว้ในระเบียนการเรียนของนักศึกษาโดยใช้อักษรย่อ “P” ในช่องระดับคะแนน สำหรับรายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการเรียนรายวิชาตามข้อ 8(3) และ (4) ให้นำหน่วยกิตหมวดวิชาศึกษาทั่วไปรวมในเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา โดยไม่ต้องบันทึกผลการเรียนเป็นรายวิชา

ข้อ 9 นักศึกษาที่จะขอโอนผลการเรียนและยกเว้นการเรียนรายวิชา ต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ 10 การนับจำนวนภาคเรียนของนักศึกษาที่ได้รับโอนผลการเรียน หรือยกเว้นการเรียนรายวิชา ให้ถือเกณฑ์ดังนี้

- (1) สำหรับนักศึกษาที่ใช้ผลการศึกษาจากการศึกษาตามหลักสูตรในระบบปกติของมหาวิทยาลัย หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่น ให้นำผลการเรียนจำนวน 22 หน่วยกิต เป็นหนึ่งภาคเรียน
- (2) สำหรับนักศึกษาที่ใช้ผลการศึกษาจากการศึกษาตามโครงการอื่นที่ใช้หลักสูตรของมหาวิทยาลัย และผลการเรียนจากการศึกษาโดยระบบอื่น ให้นำผลการเรียนจำนวน 12 หน่วยกิต เป็นหนึ่งภาคเรียน
- (3) การโอนผลการเรียนของนักศึกษาตามกรณีในข้อ 5(1) ให้นำเฉพาะภาคเรียนที่เคยศึกษาและได้รับผลการเรียน สำหรับนักศึกษาตามกรณีในข้อ 5(2), (3) และ (4) ให้นำจำนวนภาคเรียนต่อเนื่องกัน



ข้อ 11 การโอนผลการเรียน และการยกเว้นการเรียนรายวิชา ต้องชำระค่าธรรมเนียมตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดโดยความเห็นชอบของสภา

ข้อ 12 ให้คณะกรรมการที่อธิการบดีแต่งตั้ง เป็นผู้มีอำนาจพิจารณาอนุมัติการโอนผลการเรียน หรือการยกเว้นการเรียนรายวิชา

ข้อ 13 นักศึกษาที่ได้รับยกเว้นการเรียนรายวิชา ไม่มีสิทธิ์ได้รับปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ 14 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามระเบียบนี้ และให้มีอำนาจตีความ และวินิจฉัยชี้ขาดในกรณีที่มีปัญหาจากการปฏิบัติตามระเบียบนี้ การวินิจฉัยชี้ขาดถือเป็นอันสิ้นสุด

ประกาศ ณ วันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2550



(ศาสตราจารย์เกษม จันทร์แก้ว)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร



**คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร**  
**ที่ ๑๙๐/๒๕๕๙**  
**เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ระดับปริญญาตรี**  
**สาขาวิชาการตลาด**

เพื่อให้การกำหนดหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๒ นั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๑) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด ดังรายชื่อต่อไปนี้

**๑. คณะกรรมการอำนวยการ ประกอบด้วย**

- |                                               |                     |
|-----------------------------------------------|---------------------|
| ๑.๑ รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ      | ประธาน              |
| ๑.๒ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันท์ | กรรมการ             |
| ๑.๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พธูร่าไพ ประภัสสร   | กรรมการ             |
| ๑.๔ ดร.ฉัตรชนก จรัสวิญญู                      | กรรมการ             |
| ๑.๕ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิสริย์ ต่อนคร้าม       | กรรมการและเลขานุการ |

**มีหน้าที่** ให้คำปรึกษา ดูแล ให้ข้อเสนอแนะ และอำนวยความสะดวก ในการปรับปรุงหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

**๒. คณะกรรมการร่างและพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย**

- |                                         |                                                                |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| ๒.๑ รองศาสตราจารย์ ดร.วศิน อิงคพัฒนากุล | ผู้ทรงคุณวุฒิหรือ<br>ผู้เชี่ยวชาญ/<br>จากภายนอก                |
| ๒.๒ คุณภัสรินทร์ เมธประสพสันต์          | ผู้ใช้บัณฑิต<br>และศิษย์เก่า                                   |
| ๒.๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิสริย์ ต่อนคร้าม | อาจารย์ผู้รับผิดชอบ<br>หลักสูตรบริหารธุรกิจ<br>สาขาวิชาการตลาด |
| ๒.๔ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรฯ บุตสีทา | อาจารย์ผู้รับผิดชอบ<br>หลักสูตรบริหารธุรกิจ<br>สาขาวิชาการตลาด |
| ๒.๕ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรัตน์ เงินทอง    | อาจารย์ผู้รับผิดชอบ<br>หลักสูตรบริหารธุรกิจ<br>สาขาวิชาการตลาด |

๒.๖ อาจารย์จิระ ประสพธรรม	อาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
๒.๗ อาจารย์วรวรรณพรรณ รักษาชน	อาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด
๒.๘ อาจารย์ชูเกียรติ เนื้อไม้	อาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด

### มีหน้าที่

๑. (ปรับปรุง) และกำหนดหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
๒. ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา
๓. ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.๒๕๔๘
๔. ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง แนวทางการบริหาร เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ.๒๕๓๘
๕. ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง หลักเกณฑ์การกำหนด ชื่อปริญญา พ.ศ.๒๕๔๙
๖. ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด พ.ศ.๒๕๕๒
๗. ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๒
๘. ดำเนินการตามนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการฯ ดำเนินการตามหน้าที่ให้แล้วเสร็จโดยเร็ว แล้วรายงานผลให้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ทราบเพื่อจกได้ดำเนินการต่อไป

สั่ง ณ วันที่ ๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๙



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิทย์ วงษ์บุญมาก)  
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ที่ ๒๒๗/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด

เพื่อให้การกำหนดหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด เป็นไปตามมาตรฐานวิชาการทางการตลาด และเกิดประโยชน์สูงสุดของหลักสูตร

อาศัยอำนาจความในมาตรา ๓๑ (๑) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๕๗ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด ดังรายชื่อต่อไปนี้

- |                               |                                                                                              |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| ๑. ดร.สุกัญญา พยุงสิน         | อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี                                      |
| ๒. ดร.อัจฉราพร แปลงมาลย์      | อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา<br>(เขตพื้นที่จังหวัดลำปาง) |
| ๓. คุณทวีกิจ จตุรเจริญคุณ     | ผู้ประกอบการและผู้ใช้บัณฑิต                                                                  |
| ๔. คุณชัยวัฒน์ วิทิตธรรมวงศ์  | ผู้ประกอบการและผู้ใช้บัณฑิต                                                                  |
| ๕. คุณบัณฑิตา ใจวิสุทธิ์हरธา  | ผู้ประกอบการและผู้ใช้บัณฑิต                                                                  |
| ๖. คุณไพโรเพชร จิตตรงค์อาภรณ์ | ศิษย์เก่า                                                                                    |

มีหน้าที่

๑. กำหนดหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ
๒. กำหนดหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๒
๓. กำหนดหลักสูตรตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. ๒๕๕๒
๔. ดำเนินการตามนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการฯ ดำเนินการตามหน้าที่ให้แล้วเสร็จโดยเร็ว แล้วรายงานผลให้มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ทราบเพื่อจักได้ดำเนินการต่อไป

สั่ง ณ วันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๙



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิทย์ วงษ์บุญมาก)  
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ที่ ๒๓๙/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด

เพื่อให้การบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาตลาด เป็นไปตาม  
มาตรฐานวิชาการ ทางตลาด และเกิดประโยชน์สูงสุดของหลักสูตร

อาศัยอำนาจความในมาตรา ๓๑ (๑) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.  
๒๕๔๗ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด ดังรายชื่อต่อไปนี้

**๑. คณะกรรมการอำนวยการ ประกอบด้วย**

๑.๑ รองศาสตราจารย์ ดร.ปจรรย์ ผลประเสริฐ	ประธาน
๑.๒ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันท์	กรรมการ
๑.๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พธูร่าไพ ประภัสสร	กรรมการ
๑.๔ ดร.ฉัตรชนก จรัสวิญญู	กรรมการ
๑.๕ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิสริย์ ด่อนคร้าม	กรรมการและเลขานุการ

**มีหน้าที่**

- ให้คำปรึกษา แนะนำ และอำนวยความสะดวกในการบริหารสาขาวิชาการตลาด
- ดูแล และแก้ไขปัญหาอันอาจเกิดขึ้น

**๒. คณะกรรมการดำเนินการ ประกอบด้วย**

๒.๑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิสริย์ ด่อนคร้าม	ประธานสาขาวิชา การตลาด
๒.๒ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชร บุดสีทา	กรรมการ
๒.๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ถมรัตน์ ชื่นเชย	กรรมการ
๒.๔ อาจารย์วรรณพรรณ	รักษุชฌน
๒.๕ อาจารย์ชูเกียรติ	เนื้อไม้
๒.๖ อาจารย์จิระ	ประสพธรรม
	กรรมการ และเลขานุการ

**มีหน้าที่**

- รับผิดชอบบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- วางแผนการจัดการเรียนการสอนโปรแกรมวิชาการตลาด
- กำหนดอาจารย์ผู้สอน ติดตาม และรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เช่น  
วิธีการสอนการประมวผล เป็นต้น ในแต่ละภาคการศึกษา

- ๑๒. จัดทำประกันคุณภาพการศึกษาของสาขาวิชาการตลาด
- ๑๓. จัดทำระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจของคณะ
- ๑๔. จัดทำระบบฐานข้อมูลของคณะ

สั่ง ณ วันที่ ๑๑ กุมภาพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๙



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา รีกการ)  
รองอธิการบดี รักษาราชการแทน  
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

**ภาคผนวก ง**

ประวัติ ภาระงานสอนและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร



## อาจารย์จิระ ประสพธรรม

### ประวัติการศึกษา

ปี	ชื่อปริญญา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
2553	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเกริก
2543	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

### ภาระงานสอน

#### ภาระงานสอนในปัจจุบัน

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3542402	การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
3543109	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(2-2-5)
5341001	การเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
3543502	เทคนิคการนำเสนอ	3(3-0-6)

#### ภาระงานสอนในหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3543101	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
3541101	หลักการตลาด	3(3-0-6)

### ผลงานทางวิชาการ

หนังสือ ตำรา เอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอน  
ไม่มี

ผลงานงานวิจัยและบทความวิชาการ

จิระ ประสพธรรม. (2554). *ห่วงโซ่อุปทาน ข้าวเกษตรอินทรีย์*. สำนักงานคณะกรรมการ  
อุดมศึกษา.

## อาจารย์ชูเกียรติ เนื้อไม้

### ประวัติการศึกษา

ปี	ชื่อปริญญา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
2551	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2547	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม (เทคโนโลยีการวัดคุมทางอุตสาหกรรม)	สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

### ภาระงานสอน

#### ภาระงานสอนในปัจจุบัน

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3543501	โปรแกรมสำเร็จรูปและการประยุกต์ใช้งาน ทางการตลาด	3(2-2-5)
3542403	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	3(3-0-6)
3542109	ระบบสารสนเทศทางการตลาด	3(2-2-5)
3541001	การเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)

#### ภาระงานสอนในหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3543501	โปรแกรมสำเร็จรูปและการประยุกต์ใช้งาน ทางการตลาด	3(2-2-5)
3541001	การเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
3542403	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	3(3-0-6)

### ผลงานทางวิชาการ

หนังสือ ตำรา เอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอน

ไม่มี

ผลงานงานวิจัยและบทความวิชาการ

ไม่มี

## ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิสริย์ ต่อนคร้าม

## ประวัติการศึกษา

ปี	ชื่อปริญญา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยนเรศวร
2536	บริหารธุรกิจ (สาขาการตลาด)	มหาวิทยาลัยพายัพ

## ภาระงานสอน

## ภาระงานสอนในปัจจุบัน

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3541302	การค้าสมัยใหม่	3(3-0-6)
3543101	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
3543108	การวิเคราะห์และจัดทำแผนการตลาด	3(2-2-5)

## ภาระงานสอนในหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3541302	การค้าสมัยใหม่	3(3-0-6)
3543101	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)

## ผลงานทางวิชาการ

หนังสือ ตำรา เอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอน

อิสริย์ ต่อนคร้าม. (2549). การบริหารการตลาด. กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
กำแพงเพชร.

\_\_\_\_\_. (2549). การค้าส่งและการค้าปลีก. กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏกำแพงเพชร.

ผลงานงานวิจัยและบทความวิชาการ

ไม่มี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ถนอมรัตน์ เงินทอง

### ประวัติการศึกษา

ปี	ชื่อปริญญา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา
พ.ศ. 2543	ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2529	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (สาขาการตลาด)	มหาวิทยาลัยเกริก

### ภาระงานสอน

#### ภาระงานสอนในปัจจุบัน

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3541001	การเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
3543303	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และห่วงโซ่อุปทาน	3(3-0-6)

#### ภาระงานสอนในหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3541101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
3543401	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)
3542305	การจัดการการขาย	3(3-0-6)

### ผลงานทางวิชาการ

หนังสือ ตำรา เอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอน

ถนอมรัตน์ ชื่นเชย. (2549). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย. กำแพงเพชร :  
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

\_\_\_\_\_. (2549). การบริหารการขาย. กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
กำแพงเพชร.

ผลงานงานวิจัยและบทความวิชาการ

ไม่มี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพชรา บุคสีทา

### ประวัติการศึกษา

ปี	ชื่อปริญญา	สถานบันที่สำเร็จการศึกษา
2555	ปริญญาคุชฎีบัณฑิต (ยุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา)	มหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร
2546	การศึกษามหาบัณฑิต (การวิจัยและพัฒนารศึกษา)	มหาวิทยาลัยนเรศวร
2526	บริหารธุรกิจ (สาขาการตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### ภาระงานสอน

#### ภาระงานสอนในปัจจุบัน

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3541001	การเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
3543101	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
3541101	หลักการตลาด	3(3-0-6)

#### ภาระงานสอนในหลักสูตร

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
3541001	การเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
3544103	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
3541101	หลักการตลาด	3(3-0-6)
3544902	การวิจัยตลาด	3(2-2-5)

### ผลงานทางวิชาการ

หนังสือ ตำรา เอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอน

เพชรา บุคสีทา. (2549). **หลักการตลาด**. กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
กำแพงเพชร.

\_\_\_\_\_. (2549). **การวิจัยตลาด**. กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
กำแพงเพชร.

\_\_\_\_\_. (2551). **การตลาดระหว่างประเทศ**. กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
กำแพงเพชร.

\_\_\_\_\_. (2554). **การวิจัยทางธุรกิจ**. กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
กำแพงเพชร.

ผลงานงานวิจัยและบทความวิชาการ

- เพชรรา บุตสีทา. (2553). การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม  
จังหวัดกำแพงเพชร. วารสารสักทอง. 16(1) : 43-58.
- \_\_\_\_\_. (2553) . การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการประกอบธุรกิจการค้าชายแดน  
สำหรับผู้ประกอบธุรกิจค้าชายแดนไทย-พม่า. การประชุมวิชาการระดับชาติ  
เครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศประจำปี 2553. (1) : 224-228.
- เพชรรา บุตสีทา. (2557). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่ม  
ภาคเหนือตอนล่าง. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ “วิทยาการจัดการ 2014”  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลย์สงคราม.
- \_\_\_\_\_. (2557). เรื่อง พันธมิตรทางธุรกิจ (Alliance) : ทางเลือกของ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏ. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1 Proceeding  
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.