

ปกนอก(สำหรับการประชุมสภาวิชาการ,กลั่นกรองหลักสูตรสภามหาวิทยาลัย,สภามหาวิทยาลัย)



(ร่าง)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

ฉบับนำเสนอคณะกรรมการนโยบายวิชาการและวิจัย

ปี พ.ศ. ให้ระบุปี พ.ศ. ที่ได้รับการเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ปกนอก(สำหรับการส่ง สกอ.)



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

ปี พ.ศ. ให้ระบุปี พ.ศ. ที่ได้รับการเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป.....	1
หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร.....	8
หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร.....	12
หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล.....	43
หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา.....	64
หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์.....	66
หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร.....	67
หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร.....	84
ภาคผนวก	
ก ระเบียบและข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.....	86
ข สรุปผลการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด.....	107
ค รายงานการวิจัย การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนและความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อคุณลักษณะของบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555 มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.....	111
ง คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร	114
จ การเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด.....	116
ฉ พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยปริญญาในสาขาวิชา อักษรย่อสำหรับสาขาวิชา ครุวิทยฐานะ เข็มวิทยฐานะ และครูประจำตำแหน่งของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต พ.ศ. 2559.....	139
ช ประวัติและผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำหลักสูตร.....	145

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหลักสูตร

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

2. ชื่อปริญญา

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

3. วิชาเอก

-

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี

5.2 ประเภทของหลักสูตร

หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

5.3 ภาษาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน

ภาษาไทย

5.4 การรับเข้าศึกษาในหลักสูตร

นักศึกษาไทย หรือ นักศึกษาต่างประเทศ ที่สามารถสื่อสารภาษาไทยได้เป็นอย่างดี ซึ่งสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าจากสถาบันการศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการและ ก.พ.รับรอง

5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

-

5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2560

สภาวิชาการ เห็นชอบในการนำเสนอหลักสูตรต่อสภามหาวิทยาลัย
ในการประชุม ครั้งที่ 5/2559 เมื่อวันที่ 19 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2559

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ให้ความเห็นชอบหลักสูตร
ในการประชุม ครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 13 เดือน มกราคม พ.ศ. 2560

เปิดสอน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2560

7. การขอรับการประเมินเพื่อขอรับรองมาตรฐานหลักสูตร

หลักสูตรมีความพร้อมเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐาน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ในปีการศึกษา 2562

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- 8.1 นักวิจัยตลาด/นักการตลาด/นักจัดซื้อและจัดการสินค้า
- 8.2 พนักงานลูกค้าสัมพันธ์/พนักงานบริหารงานขาย
- 8.3 นักสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร

9. ชื่อ-นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

9.1 นางสาวศรัณยา นาคแก้ว

ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

คุณวุฒิ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	2539
ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2532

เลขประจำตัวบัตรประชาชน X XXXX XXXXX XX X

9.2 นางภัทรินทร์ มรรคา

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

คุณวุฒิ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2545
บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2540

เลขประจำตัวบัตรประชาชน X XXXX XXXXX XX X

9.3 นางปิยาภรณ์ ณ ตะกั่วทุ่ง

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

คุณวุฒิ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
บธ.ด.	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2559
บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2553
บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช	2549

เลขประจำตัวบัตรประชาชน X XXXX XXXXX XX X

9.4 นายศรายุทธ ทองหมั่น

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

คุณวุฒิ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
บธ.ม. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2556
บธ.บ. (การตลาด)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2554

เลขประจำตัวบัตรประชาชน X XXXX XXXXX XX X

9.5 นางสาวนันทิศา ศิริกุล

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

คุณวุฒิ	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
บธ.ม.(การจัดการทั่วไป)	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	2550
บช.บ.	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	2546

เลขประจำตัวบัตรประชาชน X XXXX XXXXX XX X

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

11. สถานการณ์ภายนอก หรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศให้เกิดความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับโลกมากขึ้น ตลอดทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่งผลกระทบต่อในทุกด้านของการดำเนินชีวิตของมนุษย์บนโลกนี้ ในการบริหารจัดการประเทศเพื่อให้สามารถแข่งขันในเวทีโลก ผู้บริหารประเทศจึงต้องตระหนักถึงแนวโน้มที่เทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะเปลี่ยนโลกนี้ไปสู่โลกดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน แนวโน้มการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้านจะมีผลต่อทิศทางการวางแผนพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทย การเปิดเสรีภายใต้ข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนำมาซึ่งโอกาสที่สำคัญๆ หลายประการต่อการยกระดับศักยภาพการขยายตัวของเศรษฐกิจของไทย การเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศที่พัฒนาแล้ว ผู้ประกอบการภายในประเทศโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องปรับตัวเพื่อพัฒนาผลิตภาพและรูปแบบธุรกิจ มาตรฐานของอุตสาหกรรม

ตลอดจนสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม/ชุมชนมากขึ้น ตลาดเงิน ตลาดทุน และเศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยงที่จะผันผวนตลอดช่วงแผนฯ ฉบับที่ 12 (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) ส่งผลให้การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมสร้างบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถก้าวทันต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ นักศึกษามีองค์ความรู้ ทักษะกระบวนการคิด วิเคราะห์และตัดสินใจ โดยการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย มีการนำความรู้จากงานวิจัยและกรณีศึกษามาใช้ประกอบและประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

การพัฒนาประเทศเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ก่อให้เกิดการผสมผสานทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสังคมและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความเชื่อถือ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคม บุคคลในสังคมจะรับสิ่งต่างๆ โดยไม่รู้ตัว และจะกำหนดความสัมพันธ์ของตนเองต่อสถาบันทางสังคม และบทบาทในสังคม สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมมีผลกระทบต่อ การตัดสินใจทางการตลาด การเปลี่ยนแปลงค่านิยมในวัฒนธรรมย่อมส่งผลต่อวิถีชีวิต ความเชื่อและการบริโภคของประชาชน ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารแบบล้ำสมัยที่เข้ามา มีบทบาทมากขึ้น สังคมเกิดการรวมตัวทางกายภาพและทางความคิด สังคมจึงเริ่มมีอิทธิภาพสูงต่อโลกของธุรกิจ ดังนั้นทุกธุรกิจการค้าจึงต้องย้อนกลับไปพิจารณาตอบสนองต่อสังคม ความเป็นเลิศในตัวคุณสมบัติของสินค้าไม่ได้เป็นสิ่งยืนยันว่าธุรกิจจะชนะอีกต่อไป แต่กลับกลายเป็นความรักและความศรัทธาที่ธุรกิจสร้างให้กับสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สินค้าของธุรกิจนั้นเพิ่มมากขึ้น ฉะนั้นกลยุทธ์แนวความคิดการตลาดเพื่อสร้างการยอมรับจากสังคมจึงกลายเป็นกลยุทธ์หลักในยุคนี้ เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ, เครือข่ายการตลาดเพื่อสังคม, การตลาดดิจิทัล หรือ แนวอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนั้นความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่รวดเร็วส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการผลิตและการค้าที่มีการใช้เทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ภาคการผลิตที่ปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีไม่ทัน ขาดการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล จะทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะส่งผลกระทบต่อสถานการณ์ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความรุนแรงมากขึ้น ข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จะทวีความเข้มข้นและเป็นแรงกดดันให้ประเทศไทยต้องเตรียมพร้อมรับภาระในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายใต้กระแสการแข่งขันทางการค้า ความเคลื่อนไหวของกระแสวัฒนธรรมโลกส่งผลให้มีโอกาสและความเสี่ยงต่อวิถีชีวิต ทัศนคติ และความเชื่อในสังคม ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

กระบวนการเรียนรู้ และพฤติกรรมการบริโภคของคนในประเทศ ด้วยเหตุนี้ทางสาขาวิชาการตลาด จึงตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ตลอดจนปรับปรุงหลักสูตรที่มีคุณภาพภายใต้บริบทของชุมชน สังคมและท้องถิ่น

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

ผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอกจึงจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรที่มีศักยภาพภายใต้บริบทของชุมชน สังคมและท้องถิ่น สอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตลอดจนปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรในการผลิตบัณฑิตบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดที่มีความรู้และมีทักษะทางวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม รอบรู้และชำนาญการประยุกต์ใช้ข้อมูลสารสนเทศ เพื่อให้สามารถพัฒนาตนสู่การเป็นบัณฑิตที่ดี ที่ตระหนักต่อความรับผิดชอบต่อสังคมท้องถิ่นและประเทศชาติ มีความพร้อมในการปฏิบัติงานตามความต้องการของตลาดแรงงาน

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ปฏิบัติภารกิจบนพื้นฐานแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นไปตามวิสัยทัศน์คือเป็นสถาบันอุดมศึกษาระดับสากลในท้องถิ่น ให้บริการทางการศึกษาและวิจัยที่มีคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต การท่องเที่ยว เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

สาขาวิชาการตลาด มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทางการตลาด เพื่อพัฒนาท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดชายฝั่งอันดามันและประเทศ พร้อมด้านคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ได้แก่ กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร กลุ่มวิชาเฉพาะ ได้แก่ กลุ่มวิชาเอกบังคับ กลุ่มวิชาเอกเลือก กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ

13.2 รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้ภาควิชา/หลักสูตรอื่นมาเรียน

- 7354101 หลักการตลาด
- 7354212 พฤติกรรมผู้บริโภค
- 7354303 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 7354315 การตลาดเชิงกิจกรรม

13.3 การบริหารจัดการ

13.3.1 ให้มีการร่วมหารือระหว่างผู้สอนรายวิชาที่สอนโดยมีคณะ/สาขาวิชา/หลักสูตรอื่นๆ เพื่อให้ได้เนื้อหาความรู้ ทักษะในการจัดการการตลาด

13.3.2 คณะกรรมการประจำหลักสูตร และคณะผู้บริหารคณะวิทยาการจัดการทำหน้าที่กำกับดูแล โดยประสานงานกับสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนในการจัดตารางเรียน ตารางสอบ และความสอดคล้องกับมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะหลักสูตร

1. ปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

ผลิตบัณฑิตทางการตลาดด้วยการเรียนรู้เชิงประจักษ์ สร้างคุณค่าเชิงสร้างสรรค์ บูรณาการความรู้อย่างเป็นระบบ ในโลกยุคดิจิทัลด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2 ความสำคัญ

สังคมโลกจากเดิมอยู่ในสังคมอุตสาหกรรม (Industrial Society) มาสู่โลกในสังคมฐานความรู้ (Knowledge Based Society) และปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่โลกยุคหลังสังคมฐานความรู้ (Post Knowledge Based Society) ซึ่งจะมีผลต่อวิธีการทำงาน แนวคิด แนวปฏิบัติ หรือแม้แต่วิถีชีวิตของคนในสังคมจะเห็นว่าโลกได้เปลี่ยนโครงสร้าง โครงสร้างของการเปลี่ยนแปลงนั้นมีพลังขับเคลื่อนที่สำคัญ คือ กระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งเปลี่ยนจากความสัมพันธ์จากแนวตั้ง (Vertical Tied Up) เป็นความสัมพันธ์ในแนวนอน (Horizontal Tied Up) ระหว่างรัฐต่อรัฐ เอกชนกับเอกชน และความสัมพันธ์ของภาคประชาชนด้วยกันในรูปแบบต่างๆ รวมถึงเครือข่ายทางสังคม ด้วยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถ้ามองในมิติของการทำธุรกิจ การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) เปลี่ยนไป สังคมโลกเปิดกว้างมากขึ้น มีพลวัตมากขึ้น มีการเชื่อมต่อกันมากขึ้น เมื่อโครงสร้างเปลี่ยนภายใต้กระบวนการที่เปลี่ยน สิ่งก็ตามมาก็คือ 1) ธุรกิจสำคัญๆ ในระดับประเทศเริ่มลดน้อยลง เพราะส่วนใหญ่จะมีมุมมองที่มุ่งไปสู่ธุรกิจระดับโลก มีห่วงโซ่อุปทาน ที่ข้ามพรมแดนระหว่างประเทศ และให้บริการลูกค้าได้ทั่วโลก 2) ฐานแรงงานและฐานลูกค้าที่เคยรวมเป็นกลุ่มก้อนจะแตกต่างกันออกไป ส่งผลให้ผู้บริหารต้องมีความสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากความหลากหลายที่มีอยู่ รวมทั้งทำตลาดสินค้าอย่างครอบคลุมทุกตลาด 3) มาตรฐานเรื่องคุณภาพต้องใช้กับสินค้าและบริการทุกอย่างไม่จำกัดเฉพาะสินค้าหรูหรา และคุณภาพเกิดจากการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการมากกว่าจะเกิดจากการสร้างแผนควบคุมคุณภาพ 4) เดิมการบริหารจัดการทางธุรกิจไม่ได้ใส่ใจปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันต้องทบทวนพิจารณาถึงความรับผิดชอบต่อในด้านสิ่งแวดล้อมจากวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่า การบริหารจัดการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องปรับตัวให้เข้ากับ ความท้าทายในระยะเป็ยบใหม่ของโลกยุคใหม่ ซึ่งต่างกับโลกใน 20 ปีที่ผ่านมาอย่างสิ้นเชิง ผู้บริหารหรือผู้จัดการต้องมีมุมมองเห็นระบบความสัมพันธ์ที่แผ่รัศมีกระจายออกจากบริษัทของตน ไปหาบริษัทอื่นๆ ในห่วงโซ่มูลค่าของตนเองต้องมีความพร้อมในเรื่องของการที่จะตั้งรับและรุกตาม ช่วงจังหวะเวลา ซึ่งเป็นศาสตร์และศิลป์ทางการจัดการที่สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรมนุษย์ทางการตลาด เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์กร ให้เป็นองค์กรคุณภาพ มีศักยภาพความสามารถในการ

แข่งขัน จึงได้ปรับปรุงหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ และศักยภาพให้กับตลาดแรงงาน

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถทางการตลาด สนองความต้องการของ ตลาดแรงงานในระดับท้องถิ่นและประชาคมอาเซียน

1.3.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีภาวะผู้นำ มีคุณธรรม จรรยาบรรณทางการตลาดและ มีความรับผิดชอบต่อสังคม

1.3.3 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะวิชาชีพทางการตลาด สามารถนำความรู้ทางวิชาการ ไปประกอบอาชีพและบูรณาการในการดำเนินชีวิต

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

คาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จ ภายใน 5 ปี

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1.ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของการพัฒนาหลักสูตรการจัดการสมัยใหม่	1.1 มีเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างๆ ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า เพื่อกำหนดแนวทางการปรับปรุงหลักสูตร	<p>ตัวบ่งชี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - จำนวนมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมเครือข่าย จำนวน 6 มหาวิทยาลัย - สถานประกอบการของผู้ใช้บัณฑิต ไม่ต่ำกว่า 5 แห่ง - ศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาเข้าร่วมโครงการย้อนหลัง 5 ปี <p>หลักฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - โครงการสัมมนาเครือข่ายความร่วมมือ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตภูมิศาสตร์ภาคใต้ - เข้าร่วมเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการวิพากษ์หลักสูตรและร่วมเป็นวิทยากร - ฐานข้อมูลของผู้ใช้บัณฑิต - โครงการสัมมนาวิชาชีพทางการตลาด

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
<p>2.พัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรตามระยะเวลาที่กำหนดเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและความต้องการของตลาดแรงงาน</p>	<p>2.1 บูรณาการองค์ความรู้เพื่อให้นักศึกษานำไปปฏิบัติได้จริง</p> <p>2.2 กำหนดรายวิชาใหม่ที่พัฒนาศักยภาพและความสามารถทางด้านวิชาชีพ</p>	<p>ตัวบ่งชี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - จำนวนรายวิชาที่นำมาบูรณาการกับการจัดการเรียนการสอนอย่างน้อยภาคเรียนละ 1 รายวิชา - เพิ่มรายวิชาใหม่จำนวน 7 รายวิชา <p>หลักฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มคอ.3 และ มคอ.5 ในรายวิชาที่บูรณาการกับการเรียนการสอน เช่น จริยธรรมทางธุรกิจ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การวางแผนการตลาด - รายวิชาใหม่ในหลักสูตรปรับปรุง
<p>3.พัฒนาคณาจารย์ตามหลักเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร</p>	<p>3.1 มีแผนการสนับสนุนการทำผลงานวิชาการ การวิจัย และการบริการวิชาการแก่สังคม</p> <p>3.2 มีการสนับสนุนให้ศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก</p>	<p>ตัวบ่งชี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - อาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีตำแหน่งทางวิชาการ - มีอาจารย์ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก - มีผลงานวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่ <p>หลักฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - จำนวนผู้ช่วยศาสตราจารย์ - จำนวนอาจารย์ที่จบปริญญาเอก - งานวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
4.พัฒนาสิ่งสนับสนุนและจัดหาอุปกรณ์การจัดการเรียนการสอนอย่างพอเพียง	<p>4.1 สํารวจความพึงพอใจของนักศึกษาและผูสอน ที่เกี่ยวข้องกับวัสดุอุปกรณ์ การจัดการเรียนการสอน</p> <p>4.2 จัดทำแผนงบประมาณเพื่อการจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย</p>	<p>ตัวบ่งชี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - สํารวจความพึงพอใจอย่างน้อยปีละ1ครั้ง - จำนวนครั้งในการสำรวจไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อ 1 ปีการศึกษา <p>หลักฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายงานผลการสำรวจ - จำนวนอุปกรณ์สนับสนุนการจัดการเรียนการสอน

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ใช้ระบบทวิภาค 1 ปีการศึกษามี 2 ภาคเรียนปกติ ได้แก่ ภาคเรียนที่ 1 และภาคเรียนที่ 2 โดย 1 ภาคเรียน มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มหาวิทยาลัยกำหนดระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิต โดยมีสัดส่วนเทียบเคียงได้กับภาคเรียนปกติ

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

-

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคเรียนที่ 1 เดือนสิงหาคม – เดือนพฤศจิกายน

ภาคเรียนที่ 2 เดือนธันวาคม – เดือนเมษายน

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า

2.2.2 ผ่านการสอบคัดเลือกตามเกณฑ์ของ สกอ. หรือผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

2.2.3 เป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพดี

2.2.4 สุขภาพสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ ไม่เจ็บป่วยหรือเป็นโรคติดต่อร้ายแรงหรือมีความผิดปกติที่เป็นอุปสรรคต่อการศึกษา

2.2.5 เป็นผู้ที่มีความประพฤติดี

2.2.6 มีคุณสมบัติอื่นครบถ้วน ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

2.3.1 นักศึกษามีพื้นฐานความสามารถทางภาษาต่างประเทศไม่เท่ากัน และยังไม่สามารถสื่อสาร เพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ

2.3.2 นักศึกษาบางคนมีเจตคติและพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับลักษณะของการเป็นนักการตลาด

2.3.3 นักศึกษาบางคนขาดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา / ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า	กลยุทธ์ในการดำเนินการแก้ไขปัญหา
1. นักศึกษามีพื้นฐานความสามารถทางภาษาต่างประเทศไม่เท่ากัน และยังไม่สามารถสื่อสารเพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ	จัดทดสอบความสามารถทางภาษา เพิ่มรายวิชาเพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านภาษาต่างประเทศ หรือกำหนดตารางเวลาให้นักศึกษาฝึกฝนความสามารถภาษาต่างประเทศ โดยมหาวิทยาลัยจัดให้มีห้องปฏิบัติการภาษา และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ให้มีจำนวนเหมาะสมกับผู้เรียน
2. นักศึกษาบางคนมีเจตคติ และพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับลักษณะของการเป็นนักการตลาด	กำหนดให้แต่ละรายวิชาสอดแทรกความรู้ ทักษะทางด้านการตลาด เจตคติและพฤติกรรมที่เหมาะสมของการเป็นนักการตลาด
3. นักศึกษาบางคนขาดแรงบันดาลใจ การสร้างสรรค์ผลงาน	จัดกิจกรรมโครงการต่างๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยนักการตลาดมืออาชีพจากองค์กรระดับประเทศ

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี (ภาคปกติ จันทร์-ศุกร์ และเสาร์-อาทิตย์)

ชั้นปีที่	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2560	2561	2562	2563	2564
1	180	180	180	180	180
2	-	150	150	150	150
3	-	-	150	150	150
4	-	-	-	150	150
รวม	180	330	480	630	630
คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา	-	-	-	150	150

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2560	2561	2562	2563	2564
1. ค่าบำรุงการศึกษา	5,400,000	5,400,000	5,400,000	5,400,000	5,400,000
2. งบอุดหนุนจากรัฐบาล					
2.1 งบบุคลากร	972,600	1,030,956	1,092,813	1,158,382	1,227,885
2.2 งบดำเนินการ	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000
2.3 งบลงทุน					
2.3.1 ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
2.3.2 ค่าครุภัณฑ์	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
2.4 งบเงินอุดหนุน	125,000	125,000	125,000	125,000	125,000
รวมรายรับ	7,641,600	7,699,956	7,761,813	7,827,382	7,896,885

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2560	2561	2562	2563	2564
1. งบบุคลากร	972,600	1,030,956	1,092,813	1,158,382	1,227,885
2. งบดำเนินการ					
2.1 ค่าตอบแทน	81,000	162,000	243,000	324,000	324,000
2.2 ค่าใช้สอย	3,546,000	3,546,000	3,546,000	3,546,000	3,546,000
2.3 ค่าวัสดุ	550,800	550,800	550,800	550,800	550,800
2.4 ค่าสาธารณูปโภค	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000
3. งบลงทุน					
3.1 ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	460,000	460,000	460,000	460,000	460,000
3.2 ค่าครุภัณฑ์	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
4. เงินอุดหนุน					
4.1 การทำวิจัย	125,000	125,000	125,000	125,000	125,000
4.2 การบริหารวิชาการ	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมรายจ่าย	6,447,400	6,586,756	6,729,613	6,876,182	6,945,685

หมายเหตุ งบประมาณการค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิต 37,000 บาท/คน/1 ปีการศึกษา

2.7 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียน และเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 (ภาคผนวก ก)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันอุดมศึกษา

การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา ให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 และระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตว่าด้วย การโอนผลการเรียน และการยกเว้นการเรียนรายวิชา พ.ศ. 2550 (ภาคผนวก ก)

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องตามที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		30 หน่วยกิต
(1.1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร		9 หน่วยกิต
(1.2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์		6 หน่วยกิต
(1.3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์		6 หน่วยกิต
(1.4) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และเทคโนโลยี		9 หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	94 หน่วยกิต
(2.1) กลุ่มวิชาแกน		33 หน่วยกิต
(2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	ไม่น้อยกว่า	54 หน่วยกิต
2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ		39 หน่วยกิต
2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก	ไม่น้อยกว่า	15 หน่วยกิต
(2.3) กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ		7 หน่วยกิต
กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา		7 หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต

3.1.3 รหัสวิชา และรายวิชา

1) รหัสวิชา ประกอบด้วยตัวเลข 7 ตัว เลขตัวที่ 1-2 แสดงคณะ เลขตัวที่ 3-4 แสดงสาขาวิชา เลขตัวที่ 5 แสดงชั้นปีที่ศึกษา และเลขตัวที่ 6-7 แสดงลำดับวิชา

2) รายวิชา จำแนกตามหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ และหมวดวิชาเลือกเสรี ดังนี้

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30 หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	9 หน่วยกิต
9901104 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร English for Communication	3(2-2-5)
9901105 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai Language for Communication	3(3-0-6)
9901206 ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ English for Presentation	3(2-2-5)
1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	6 หน่วยกิต
9902103 พลเมืองไทยในสังคมพลวัต Thai Citizens in Dynamic Society	3(2-2-5)
9902204 การจัดการแบบบูรณาการ Integrated Management	3(3-0-6)
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6 หน่วยกิต
9903103 เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Sufficiency Economy for Sustainable Development	3(2-2-5)
9903204 อันดามันวิวัฒนาการ The Andaman Evolution	3(3-0-6)
1.4 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี	9 หน่วยกิต
9904104 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ Information Technology for Learning	3(2-2-5)
9904105 การพัฒนาสุขภาพแบบองค์รวม Holistic Health Development	3(2-2-5)
9904206 การคิดวิเคราะห์เพื่อการแก้ไขปัญหา Analytical Thinking for Problem Solving	3(3-0-6)

2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	94 หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาแกน		33 หน่วยกิต
6305302	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ English for Business Communication	3(2-2-5)
6305316	ภาษาอังกฤษธุรกิจ Business English	3(3-0-6)
6356553	กฎหมายธุรกิจ Business Laws	3(3-0-6)
7352107	การบัญชีสำหรับธุรกิจ Accounting for Business	3(2-2-5)
7353201	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(2-2-5)
7354101	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
7356214	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน Production and Operation Management	3(3-0-6)
7359101	หลักเศรษฐศาสตร์ Principle of Economics	3(3-0-6)
7359331	การวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติธุรกิจ Quantitative Analysis and Business Statistics	3(2-2-5)
7360102	องค์การและการจัดการ Organization and Management	3(3-0-6)
7361106	ซอฟต์แวร์ประยุกต์เบื้องต้นสำหรับธุรกิจ Introduction to Software Applications for Business	3(2-2-5)
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	ไม่น้อยกว่า	54 หน่วยกิต
2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ		39 หน่วยกิต
7350301	จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics	3(3-0-6)
7354205	การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า Product and Brand Management	3(3-0-6)

7354212	พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior	3(3-0-6)
7354214	กลยุทธ์ด้านราคา Pricing Strategy	3(3-0-6)
7354215	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ Marketing Channels and Logistics Management	3(3-0-6)
7354306	กลยุทธ์การตลาด Marketing Strategy	3(3-0-6)
7354312	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3(3-0-6)
7354313	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(2-2-5)
7354314	การจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามัน Tourism Marketing Management for the Andaman Coastal	3(2-2-5)
7354405	การวางแผนการตลาด Marketing Planning	3(2-2-5)
7354410	การวิจัยตลาด Marketing Research	3(2-2-5)
7354413	สัมมนานวัตกรรมการตลาด Seminar in Marketing Innovation	3(2-2-5)
7356405	การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	3(3-0-6)
2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก		ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต
6305330	ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาดและการโฆษณา English for Marketing and Advertising	3(2-2-5)
7354203	การจัดการการขาย Sales Management	3(3-0-6)
7354211	จิตวิทยาทางธุรกิจสำหรับการตลาด Business Psychology for Marketing	3(3-0-6)

7354303	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม Marketing for Society and Environment	3(3-0-6)
7354305	การตลาดบริการ Service Marketing	3(3-0-6)
7354315	การตลาดเชิงกิจกรรม Events Marketing	3(2-2-5)
7354401	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management	3(3-0-6)
7354406	ปัญหาพิเศษทางการตลาด Special Problems in Marketing	3(2-2-5)
7354411	การตลาดอาเซียนและตลาดโลก ASEAN and Global Marketing	3(3-0-6)
7354412	การพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด Marketing Information System Development	3(3-0-6)

2.3 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ 7 หน่วยกิต

ให้เลือกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจากกลุ่มต่อไปนี้

2.3.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

7354408	เตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด Preparation for Professional Experience in Marketing	1(45)
7354409	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด Professional Experience in Marketing	6(540)

2.3.2 กลุ่มฝึกสหกิจศึกษา

9905301	เตรียมสหกิจศึกษา Pre-Cooperative Education	1(45)
9905401	สหกิจศึกษา Cooperative Education	6(640)

3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ให้ผู้เรียนเลือกเรียนรายวิชาใดๆ ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยไม่ให้ซ้ำกับวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์สำเร็จการศึกษาของสาขาวิชานี้

3.1.4 แผนการศึกษา

ปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	หมวดวิชา
9901105	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)	ศึกษาทั่วไป
9903103	เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	3(2-2-5)	ศึกษาทั่วไป
9904105	การพัฒนาสุขภาพแบบองค์รวม	3(2-2-5)	ศึกษาทั่วไป
7360102	องค์การและการจัดการ	3(3-0-6)	วิชาแกน
7354101	หลักการตลาด	3(3-0-6)	วิชาแกน
7354212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)	วิชาเอกบังคับ
รวมหน่วยกิต		18	หน่วยกิต
รวม 54 ชั่วโมงต่อสัปดาห์			

ปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	หมวดวิชา
9901104	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)	ศึกษาทั่วไป
9902103	พลเมืองไทยในสังคมพลวัต	3(2-2-5)	ศึกษาทั่วไป
9904104	เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้	3(2-2-5)	ศึกษาทั่วไป
7352107	การบัญชีสำหรับธุรกิจ	3(2-2-5)	วิชาแกน
7359101	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)	วิชาแกน
7350301	จริยธรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)	วิชาเอกบังคับ
รวมหน่วยกิต		18	หน่วยกิต
รวม 54 ชั่วโมงต่อสัปดาห์			

ปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	หมวดวิชา
9902204	การจัดการแบบบูรณาการ	3(3-0-6)	ศึกษาทั่วไป
9904206	การคิดวิเคราะห์เพื่อการแก้ปัญหา	3(3-0-6)	ศึกษาทั่วไป
7353201	การเงินธุรกิจ	3(2-2-5)	วิชาแกน
7361106	ซอฟต์แวร์ประยุกต์เบื้องต้นสำหรับธุรกิจ	3(2-2-5)	วิชาแกน
7354205	การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	3(3-0-6)	วิชาเอกบังคับ
7354214	กลยุทธ์ด้านราคา	3(3-0-6)	วิชาเอกบังคับ
7354215	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและ โลจิสติกส์	3(3-0-6)	วิชาเอกบังคับ
รวมหน่วยกิต		21	หน่วยกิต
รวม 63 ชั่วโมงต่อสัปดาห์			

ปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	หมวดวิชา
9901206	ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ	3(2-2-5)	ศึกษาทั่วไป
9903204	อันดามันวีรกรรม	3(3-0-6)	ศึกษาทั่วไป
6305316	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	3(3-0-6)	วิชาแกน
7356214	การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน	3(3-0-6)	วิชาแกน
.....	กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก.....	3(...-...)	วิชาเอกเลือก
7354312	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)	วิชาเอกบังคับ
รวมหน่วยกิต		18	หน่วยกิต
รวม 45 - 54 ชั่วโมงต่อสัปดาห์			

ปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	หมวดวิชา
6356553	กฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)	วิชาแกน
7359331	การวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติธุรกิจ	3(2-2-5)	วิชาแกน
7354306	กลยุทธ์การตลาด	3(3-0-6)	วิชาเอกบังคับ
7354313	การตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)	วิชาเอกบังคับ
.....	กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก.....	3(..-..)	วิชาเอกเลือก
.....	กลุ่มวิชาเลือกเสรี.....	3(..-..)	เลือกเสรี
รวมหน่วยกิต		18	หน่วยกิต
รวม 36 – 54 ชั่วโมงต่อสัปดาห์			

ปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	หมวดวิชา
7356405	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	วิชาเอกบังคับ
6305302	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ	3(2-2-5)	วิชาแกน
.....	กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก	3(..-..)	วิชาเอกเลือก
.....	กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก	3(..-..)	วิชาเอกเลือก
7354314	การจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ชายฝั่งอันดามัน	3(2-2-5)	วิชาเอกบังคับ
7354410	การวิจัยตลาด	3(2-2-5)	วิชาเอกบังคับ
รวมหน่วยกิต		18	หน่วยกิต
รวม 36 – 54 ชั่วโมงต่อสัปดาห์			

ปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	หมวดวิชา
7354405	การวางแผนการตลาด	3(2-2-5)	วิชาเอกบังคับ
7354413	สัมมนาวัตกรรมการตลาด	3(2-2-5)	วิชาเอกบังคับ
.....	กลุ่มวิชาเฉพาะด้านเลือก.....	3(..-.-..)	วิชาเอกเลือก
.....	กลุ่มวิชาเลือกเสรี	3(..-.-..)	เลือกเสรี
7354408	ให้เลือกเรียน 1 รายวิชา เตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีวด้านการตลาด	1(45)	กลุ่มวิชาพื้นฐาน วิชาชีพและวิชาชีพ
9905301	หรือ เตรียมสหกิจศึกษา	1(45)	
รวมหน่วยกิต		13	หน่วยกิต
รวม 21 - 39 ชั่วโมงต่อสัปดาห์			

ปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	หมวดวิชา
7354409	ให้เลือกเรียน 1 รายวิชา ฝึกประสบการณ์วิชาชีวด้านการตลาด	6(540)	กลุ่มวิชาพื้นฐาน วิชาชีพและวิชาชีพ
9905401	หรือ สหกิจศึกษา	6(640)	
รวมหน่วยกิต		6	หน่วยกิต
รวม 540-640 ชั่วโมงต่อภาคเรียน			

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร

9 หน่วยกิต

รหัสวิชา ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

9901104 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

3(2-2-5)

English for Communication

การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทั้งด้านการฟัง พูด อ่านและเขียนการใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

9901105 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร

3(3-0-6)

Thai Language for Communication

การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยทั้งการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ให้สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ การอ่าน จับใจความ การย่อความ การเขียนสรุป วิเคราะห์ และสังเคราะห์ การค้นคว้า การเขียนรายงานทางวิชาการและการอ้างอิง

9901206 ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ

3(2-2-5)

English for Presentation

การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับชาวต่างชาติในบริบท ท้องถิ่น การนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประเทศไทยและท้องถิ่น การพัฒนาบุคลิกภาพในการ สื่อสารและนำเสนอ การตอบคำถามของนักท่องเที่ยวน

1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์

6 หน่วยกิต

9902103 พลเมืองไทยในสังคมพลวัต

3(2-2-5)

Thai Citizens in Dynamic Society

หลักปรัชญา หลักคำสอน หลักการดำเนินชีวิตตามแนวทางของศาสนา ปัญหา และการแก้ปัญหาชีวิต ลักษณะที่ดีของการเป็นพลเมืองไทยและพลเมืองโลกในสังคมพลวัต การมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาในสังคมอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม

9902204	การจัดการแบบบูรณาการ Integrated Management แนวคิดและหลักการจัดการแบบบูรณาการ การจัดการยุคใหม่ การจัดการตนเอง การจัดการการเงิน การเจรจาต่อรอง การจัดการ ความขัดแย้ง ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การจัดการบนพื้นฐาน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล การจัดการ ความเสี่ยง และภัยพิบัติ และการจัดการข้ามวัฒนธรรม	3(3-0-6)
1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์		6 หน่วยกิต
9903103	เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Sufficiency Economy for Sustainable Development หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืน การน้อมนำหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ วางแผน และพัฒนาตนเอง องค์กร ชุมชน สิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อนำไป สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน	3(2-2-5)
9903204	อันดามันวิวัฒนาการ The Andaman Evolution สังคมและวัฒนธรรมไทยและโลกในภาวะโลกาภิวัตน์โดยเน้น กลุ่มจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ในมิติทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง สังคมและวัฒนธรรม ความคิด ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม ดนตรี การละเล่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ลักษณะสถาปัตยกรรม การแต่งกาย และอาหาร เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีคุณภาพ	3(3-0-6)
1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		9 หน่วยกิต
9904104	เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ Information Technology for Learning หลักการและกระบวนการเรียนรู้ การเรียนรู้ด้วยตนเอง การใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อการศึกษา ค้นคว้าและแสวงหาความรู้ การ สืบค้นข้อมูล และการนำเสนอ การรู้เท่าทันสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี กฎหมาย จริยธรรมและความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	3(2-2-5)

9904105	การพัฒนาสุขภาพแบบองค์รวม Holistic Health Development แนวคิดของการสร้างเสริมสุขภาพแบบองค์รวม การสร้างเสริมสุขภาพด้านกาย จิตใจ สังคม การดูแลตนเองให้มีสุขภาพที่ดี การบริหารกายและจิต กิจกรรมนันทนาการ การออกกำลังกาย โภชนาการเพื่อสุขภาพ และการใช้ชีวิตอย่างเหมาะสม	3(2-2-5)
9904206	การคิดวิเคราะห์เพื่อการแก้ไขปัญหา Analytical Thinking for Problem Solving การคิด วิเคราะห์ และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบ การใช้เหตุผลในการตัดสินใจ ปัญหาและการแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวัน	3(3-0-6)
2) หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	94 หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาแกน		33 หน่วยกิต
6305302	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ English for Business Communication ภาษาอังกฤษที่ใช้ในการสื่อสารธุรกิจ เช่น การอธิบาย การแสดงความคิดเห็น การโฆษณา และการนำเสนอทางธุรกิจ ด้วยปากเปล่า การพูดคุยระหว่างหุ้นส่วนทางธุรกิจ การพบปะลูกค้า และการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย ผู้เรียนฝึกแสดงบทบาทสมมติในสถานการณ์ต่างๆ	3(2-2-5)
6305316	ภาษาอังกฤษธุรกิจ Business English การฟัง พูด อ่าน เขียนที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจต่างๆทั่วโลก โดยเน้นการใช้รูปแบบที่ถูกต้อง จำนวนที่กระชับ และเนื้อหาที่ชัดเจน เน้นการค้าภายในประเทศและการค้าระหว่างประเทศ ภาษาอังกฤษในการทำธุรกิจ เช่น การเขียนประวัติส่วนตัว จดหมายสมัครงาน การโต้ตอบทางธุรกิจ การส่งออกและนำเข้าสินค้า การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนการจัดทำวาระการประชุม รายงานการประชุม และรายละเอียดผลิตภัณฑ์ เป็นต้น	3(3-0-6)

- 6356553 **กฎหมายธุรกิจ** 3(3-0-6)
Business Laws
 หลักกฎหมายทั่วไปเกี่ยวกับการจัดองค์กรธุรกิจ กฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยบุคคล นิติกรรม สัญญา หนังสือ และ เอกเทศสัญญา กฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุน หลักประกันสินเชื่อ กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และการป้องกันการค้า ที่ไม่เป็นธรรม กฎหมายเกี่ยวกับการฟื้นฟูกิจการ การระงับพิพาททางธุรกิจ และ อนุสัญญาโตตุลาการ กฎหมายเกี่ยวกับการค้าเสรี และกฎหมายแรงงาน
- 7352107 **การบัญชีสำหรับธุรกิจ** 3(2-2-5)
Accounting for Business
 ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญและจรรยาบรรณ ทางด้านบัญชี การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิด ในการจัดทำบัญชี ความรู้เกี่ยวกับหลักการและวิธีการบัญชี ตามมาตรฐานการบัญชีสำหรับธุรกิจพาณิชย์กรรม การบริหาร อุตสาหกรรม ตลอดจนวิธีการบัญชีเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม และการรายงานทางการเงิน รวมทั้งแนวคิดด้านต้นทุน ปริมาณ กำไร เพื่อการตัดสินใจ
- 7353201 **การเงินธุรกิจ** 3(2-2-5)
Business Finance
รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 7352107 การบัญชีสำหรับธุรกิจ
 ขอบเขต ลักษณะ บทบาทหน้าที่ของฝ่ายการเงินในธุรกิจ ตลอดจนเป้าหมายและความสำคัญของการเงินธุรกิจ โดยเน้นให้เข้าใจ ถึงหลักการเบื้องต้นในการจัดสรรเงินทุนภายในธุรกิจ การจัดหาเงินทุน เพื่อใช้ในการดำเนินการธุรกิจ การวางแผนการเงินที่ใช้เกี่ยวกับการเริ่ม ลงทุน กิจการ การขยายกิจการ การเพิ่มทุน นโยบาย การจัดสรรกำไรและเงินปันผล และการศึกษาตลาดทุนและตลาดเงินทั้ง ในประเทศและต่างประเทศ

- 7354101 **หลักการตลาด** 3(3-0-6)
Principles of Marketing
 แนวคิดพื้นฐานและหน้าที่ทางการตลาด การตลาดเพื่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบข้อมูลทางการตลาดและการวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การบริหารผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด
- 7356214 **การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน** 3(3-0-6)
Production and Operation Management
 การวางแผนและการควบคุมการผลิตสินค้าและบริการ การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการ การเลือกทำเลที่ตั้งและการวางผังสถานประกอบการ การจัดการคุณภาพ การจัดการสินค้าคงเหลือ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการดำเนินงาน
- 7359101 **หลักเศรษฐศาสตร์** 3(3-0-6)
Principle of Economics
 หลักและความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์ ขอบเขตหลักทั่วไปของเศรษฐศาสตร์ว่าด้วย มูลค่า ราคา และการจัดการทรัพยากร พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ อุปทานของสินค้าในตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ การภาษีอากร การค้าการลงทุน นโยบายการเงินและนโยบายการคลัง
- 7359331 **การวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติธุรกิจ** 3(2-2-5)
Quantitative Analysis and Business Statistics
 ความรู้ทางคณิตศาสตร์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เทคนิคการตัดสินใจภายใต้ความแน่นอนและความไม่แน่นอน การโปรแกรมเชิงเส้น การวิเคราะห์โครงข่ายงาน การจำลองสถานการณ์ รวมทั้งประยุกต์ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน เพื่อวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจ

7360102	องค์การและการจัดการ Organization and Management แนวคิดพื้นฐานทางการจัดการและองค์การ สภาวะแวดล้อม ทางการจัดการ จริยธรรมในการจัดการ หน้าที่และกระบวนการในการ จัดการ โดยมีเนื้อหาเชื่อมโยงกับการวางแผน การสรรหาการพัฒนา และการดำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
7361106	ซอฟต์แวร์ประยุกต์เบื้องต้นสำหรับธุรกิจ Introduction to Software Applications for Business การใช้ซอฟต์แวร์ประมวลผลคำ การแก้ไขข้อความ การใช้ตาราง การ จัดเรียงข้อความ ย่อหน้า และจัดหน้า การเพิ่มวัตถุในเอกสาร การใช้ซอฟต์แวร์สเปรดชีต ฟังก์ชันพื้นฐาน กราฟ การจัดรูปแบบ มาโคร การเรียงลำดับข้อมูล การค้นหาข้อมูล การใช้ซอฟต์แวร์สำหรับ การนำเสนอ การจัดหน้า แอนิเมชัน การเชื่อมโยงระหว่าง หน้าหลักการของระบบการจัดการฐานข้อมูล การใช้ระบบการจัดการ ฐานข้อมูลอย่างง่าย การสร้างตารางฟอร์มสำหรับป้อนข้อมูล คิวรี รายงาน ซอฟต์แวร์สำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ประยุกต์สำหรับองค์กร	3(2-2-5)
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน		ไม่น้อยกว่า 54 หน่วยกิต
2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ		39 หน่วยกิต
7350301	จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics ความหมาย ความสำคัญ หลักการ แนวคิด และทฤษฎี จริยธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมกับธุรกิจและสาเหตุที่ ธุรกิจต้องมีจริยธรรม ความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจ ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า พนักงาน ชุมชน เป็นต้น ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ประเด็นปัญหา ด้านจริยธรรม แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมในองค์กรธุรกิจ และจริยธรรมวิชาชีพ รวมถึงการศึกษาแนวคิดด้านบรรษัทภิบาล	3(3-0-6)

- 7354205 **การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า** 3(3-0-6)
Product and Brand Management
 บทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ ในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การจัดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การออกแบบ และการบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อข้อกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และตราสินค้า
- 7354212 **พฤติกรรมผู้บริโภค** 3(3-0-6)
Consumer Behavior
 ความหมาย แนวคิด ทฤษฎี เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภครกับการบริหารการตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในแง่ของจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา และเศรษฐศาสตร์
- 7354214 **กลยุทธ์ด้านราคา** 3(3-0-6)
Pricing Strategy
 บทบาทความสำคัญของราคา แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับนโยบายราคา ปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการตั้งราคา กลยุทธ์การกำหนดราคา การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ
- 7354215 **การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์** 3(3-0-6)
Marketing Channels and Logistics Management
 หลักการและระบบ ช่องทางการจัดจำหน่าย โครงสร้างและสภาพแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่าย สถาบันคนกลางทางการตลาด กลยุทธ์การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการระบบโลจิสติกส์ และพันธมิตรในช่องทางการจัดจำหน่าย

- | | | |
|---------|--|----------|
| 7354306 | <p>กลยุทธ์การตลาด</p> <p>Marketing Strategy</p> <p> ความหมาย ความสำคัญ และบทบาทของกลยุทธ์การตลาด
 เพื่อการแข่งขันในธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด
 ทั้งภายในและภายนอก การกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาด
 การบูรณาการกลยุทธ์การตลาดกับการบริหารธุรกิจ</p> | 3(3-0-6) |
| 7354312 | <p>การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ</p> <p>Integrated Marketing Communication</p> <p> แนวคิด หลักการ กระบวนการสื่อสารทางการตลาด และ
 เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกสื่อ
 การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อตอบโจทย์
 ทางการตลาดโดยมีพื้นฐานจากความเข้าใจผู้บริโภค</p> | 3(3-0-6) |
| 7354313 | <p>การตลาดดิจิทัล</p> <p>Digital Marketing</p> <p> แนวคิดการตลาดดิจิทัล หลักการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
 ในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล บทบาทของส่วนประสม
 ทางการตลาดในการวางแผนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การปฏิบัติการ
 วางแผนกิจกรรมทางการตลาดดิจิทัลไปสู่ผู้บริโภค การสื่อสาร
 ผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อสมัยใหม่</p> | 3(2-2-5) |
| 7354314 | <p>การจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามัน</p> <p>Tourism Marketing Management for the Andaman Coastal</p> <p> ความหมายและความสำคัญของการตลาดท่องเที่ยว
 ส่วนประสมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามันการกำหนด
 เป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อม
 ทางการแข่งขันภายใต้บริบทสังคม ชุมชน ท้องถิ่น การวางแผนและการ
 กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามันอย่างยั่งยืน</p> | 3(2-2-5) |

- 7354405 **การวางแผนการตลาด** 3(2-2-5)
Marketing Planning
ความหมาย ความสำคัญ และบทบาทของการวางแผนการตลาด
กระบวนการวางแผนทางการตลาด องค์ประกอบของแผนการตลาด
การวิเคราะห์กรณีศึกษาแผนการตลาดขององค์กร การฝึกปฏิบัติ
จัดทำแผนการตลาด
- 7354410 **การวิจัยตลาด** 3(2-2-5)
Marketing Research
รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :
7354101 หลักการตลาด
7359331 การวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติธุรกิจ
ความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการวิจัยการตลาด
การออกแบบการวิจัย การกำหนดประชากร การกำหนดขนาด
และกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และการแปลผล
การเขียนรายงาน การนำผลการวิจัย และประยุกต์ใช้ในการตลาด
- 7354413 **สัมมนาวัตกรรมการตลาด** 3(2-2-5)
Seminar in Marketing Innovation
การนำนวัตกรรมทางการตลาดมาวิเคราะห์ วางแผน
เพื่อแก้ปัญหาของกรณีศึกษาด้วยรูปแบบการนำเสนอการสัมมนา
- 7356405 **การจัดการเชิงกลยุทธ์** 3(3-0-6)
Strategic Management
แนวคิดการวางแผน และการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ องค์ประกอบการวางแผนเชิงกลยุทธ์
การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ กระบวนการและเทคนิคการวางแผน
เทคนิคการวางแผนธุรกิจ กลยุทธ์รวมของธุรกิจ การประเมินผลและ
การติดตามผล การใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมกับองค์การและสอดคล้องกับ
สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก	ไม่น้อยกว่า	15 หน่วยกิต
6305330 ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาดและการโฆษณา		3(2-2-5)
English for Marketing and Advertising		
คำศัพท์ สำนวน และประโยคภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการโฆษณา การวางแผนการตลาด การเขียนโฆษณา การพูดเสนอขายสินค้า การสำรวจความต้องการของตลาด การประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อออนไลน์และการให้ข้อมูลในงานแสดงสินค้า เป็นต้น		
7354203	การจัดการการขาย	3(3-0-6)
Sales Management		
บทบาทความรับผิดชอบ จริยธรรม และขอบเขตงานขายของผู้บริหารหน่วยงานขาย การจัดรูปแบบและความสำคัญของฝ่ายขาย การบริหารบุคคลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขาย การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์การขาย และการประเมินผลงาน		
7354211	จิตวิทยาทางธุรกิจสำหรับการตลาด	3(3-0-6)
Business Psychology for Marketing		
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาทางธุรกิจ การวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคล การศึกษาแรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ		
7354303	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)
Marketing for Society and Environment		
แนวคิด หลักการ และกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาแผนงานทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		

- 7354305 **การตลาดบริการ** 3(3-0-6)
Service Marketing
 ความหมาย และความสำคัญของการตลาดบริการต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ประเภทของการตลาดบริการ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ การกำหนดกลุ่มลูกค้า พฤติกรรมลูกค้า ในอุตสาหกรรมบริการ การวิเคราะห์และการวางแผนการตลาดบริการ เครื่องมือปรับปรุงคุณภาพบริการ การออกแบบส่วนประสมการตลาดบริการ และแนวโน้มของการตลาดบริการ
- 7354315 **การตลาดเชิงกิจกรรม** 3(2-2-5)
Events Marketing
 แนวคิด หลักการ เกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม การวางแผน และการกำหนดกลยุทธ์ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือและเลือกสื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น การทดสอบและการประเมินผลการดำเนินงาน การตลาดเชิงกิจกรรมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร
- 7354401 **การจัดการลูกค้าสัมพันธ์** 3(3-0-6)
Customer Relationship Management
 ความหมายและความสำคัญ ประโยชน์ของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ รูปแบบ และการประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ขององค์กร การออกแบบการนำเสนอสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผลกระทบของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ แนวโน้มของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์
- 7354406 **ปัญหาพิเศษทางการตลาด** 3(2-2-5)
Special Problems in Marketing
 การศึกษาวิเคราะห์ประเด็นการตลาดของธุรกิจทางด้านสภาพแวดล้อมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด โอกาสทางการตลาดเพื่อกำหนดแนวทางแก้ไข

- 7354411 การตลาดอาเซียนและการตลาดโลก 3(3-0-6)
ASEAN and Global Marketing
 การประยุกต์ความรู้ทางการตลาดกับการดำเนินธุรกิจ ในประชาคมอาเซียนและการตลาดระดับโลก การศึกษาสภาพแวดล้อม และองค์การระหว่างประเทศ ด้านพฤติกรรม การตัดสินใจเลือก การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การนำเข้า การส่งออก วิธีการเกี่ยวกับการประกันภัย การชำระเงิน และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการตลาดระหว่างประเทศ
- 7354412 การพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(3-0-6)
Marketing Information System Development
 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 7354101 หลักการตลาด
 ภาพรวมองค์ประกอบ และกระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาด การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อการออกแบบระบบสารสนเทศทางการตลาด การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แนวความคิดและเครื่องมือที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์การนำเสนอสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร
- 2.3 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ 7 หน่วยกิต
 ให้เลือกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจากกลุ่มต่อไปนี้
- 2.3.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
- 7354408 เตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด 1(45)
Preparation for Professional Experience in Marketing
 จัดให้มีกิจกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้เรียน ก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ในด้านความรู้ ทักษะ เจตคติ แรงจูงใจและคุณลักษณะที่เหมาะสมแก่วิชาชีพ โดยกระทำใน สถานการณ์และรูปแบบต่างๆ ซึ่งเกี่ยวกับงานนั้น

7354409 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด 6(540)

Professional Experience in Marketing

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน :

7354408 เตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด

การปฏิบัติการวิชาชีพเต็มเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์

ในสถานประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

2.3.2 กลุ่มฝึกสหกิจศึกษา

9905301 เตรียมสหกิจศึกษา 1(45)

Pre-Cooperative Education

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับสหกิจศึกษา กระบวนการและขั้นตอนของสหกิจศึกษา ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสหกิจศึกษา เพื่อให้ นักศึกษา มีความพร้อมทางวิชาการและทักษะตามมาตรฐานวิชาชีพของแต่ละสาขาวิชา เช่น ทักษะการเขียนจดหมายสมัครงาน เทคนิคการเลือกอาชีพ การเลือกสถานประกอบการ และการสมัครงาน เทคนิคการสัมภาษณ์งานอาชีพ อาชีวนามัยและความปลอดภัยในโรงงานและ 5 ส. การบริหารงานคุณภาพ (ISO) เทคนิคการเขียนรายงานและการนำเสนอ การพัฒนาบุคลากรภาพวัฒนธรรมองค์กร และการเตรียมตัวเป็นผู้ประกอบการ

99005401 สหกิจศึกษา 6(640)

Cooperative Education

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 9905301 เตรียมสหกิจศึกษา

นักศึกษาต้องไปปฏิบัติงานเต็มเวลาเสมือนหนึ่ง เป็นพนักงาน ณ สถานประกอบการเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ โดยมีขั้นตอนการสมัครและคัดเลือก มีการมอบหมายภาระงานที่ชัดเจนแน่นอน มีการนำความรู้ที่ได้ศึกษามานำมาบูรณาการเพื่อประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมาย มีการศึกษาหาความรู้และวิทยาการที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม มีการร่วมมือกับสถานประกอบการในการพัฒนาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

3.2 ชื่อ ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา ปีที่จบ	ตำแหน่ง วิชาการ	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์				
					2560	2561	2562	2563	2564
1.นางสาวศรีณยา นาคแก้ว	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ 2539	ผศ.	12	12	12	12	12
	ศ.บ.	เศรษฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2532						
2.นางภัทรินทร์ มรรคา	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2545	อาจารย์	15	15	15	15	15
	บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2540						
3.นางปิยาภรณ์ ณ ตะกั่วทุ่ง	บธ.ด.	-	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2559	อาจารย์	15	15	15	15	15
	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2553						
	บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา 2549						
4.นายศรายุช ทองหมั่น	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2556	อาจารย์	15	15	15	15	15
	บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2554						
5.นางสาวนันท์ธิดา ศิริกุล	บธ.ม.	การจัดการทั่วไป	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2550	อาจารย์	15	15	15	15	15
	บช.บ.	-	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 2546						

3.2.2 อาจารย์ประจำ

ชื่อ - นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา ปีที่จบ	ตำแหน่ง วิชาการ	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์				
					2560	2561	2562	2563	2564
1.นายนพดล จันระวัง	ศศ.ม.	เศรษฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2543	ผศ.	6	6	6	6	6
	ศ.บ.	เศรษฐศาสตร์เชิง ปริมาณ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2535						
2.นางสาวนิศดา ศิลปะเสรษฐ	บธ.ด.	การจัดการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต 2558	รศ.	6	6	6	6	6
	M.A.	Management	Webster University 2526						
	ศศ.บ.	จิตวิทยาและการ แนะแนว	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2524						

ชื่อ - นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา ปีที่จบ	ตำแหน่ง วิชาการ	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์				
					2560	2561	2562	2563	2564
3.นายวิญญู วีรยางกูร	Ph.D. M.B.A. บธ.บ.	Marketing General Management การตลาด	Sterling University 2546 Exeter University 2540 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	อาจารย์	12	12	12	12	12
4.นางสาวรัตติยา ซังชาติ	ปร.ด. วท.ม. ค.บ.	คณิตศาสตร์ ประยุกต์ สถิติประยุกต์ คณิตศาสตร์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2558 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2550 สถาบันราชภัฏภูเก็ต 2546	อาจารย์	15	15	15	15	15
5.นางสาววิไล พินโยภรณ์	บธ.ม. บธ.บ.	บริหารธุรกิจ การบัญชี	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2546 มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2526	ผศ.	12	12	12	12	12
6.นายสุชาติ พึ่งมัน	วท.ม. บธ.บ.	เศรษฐศาสตร์ สหกรณ์ การบัญชี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2539 มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2526	อาจารย์	12	12	12	12	12
7.นายเปรมินทร์ บัวบาน	บธ.ม. บธ.ม.	บริหารธุรกิจ การบัญชี	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2545 มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2531	อาจารย์	12	12	12	12	12
8.นางปิยวรรณ คำกลัด	บธ.ม. บช.บ.	การบัญชี -	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2544 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2539	อาจารย์	15	15	15	15	15
9.นางสาวธนพร หอมละออ	บธ.ม. บธ.บ.	การบัญชี การบัญชี	มหาวิทยาลัยเกริก 2551 มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม 2547	อาจารย์	15	15	15	15	15
10.นายธีรพงษ์ หนูไชยแก้ว	น.ม. น.บ.	นิติศาสตร์ นิติศาสตร์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2552 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ 2548	อาจารย์	15	15	15	15	15

ชื่อ - นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา ปีที่ยจบ	ตำแหน่ง วิชาการ	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์				
					2560	2561	2562	2563	2564
11.นางสาวดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ	บธ.ด.	การจัดการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต 2558	อาจารย์	12	12	12	12	12
	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2546						
	บธ.บ.	คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2540						
12.นางพัลลภา ศรีไพโรจน์กุล	บธ.ม.	การจัดการ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2539	ผศ.	12	12	12	12	12
	วท.บ.	ศาสตร์ คอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2534						
13.นายสมชาย ไชยโคตร	บธ.ม.	การจัดการ ทั่วไป	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2550	อาจารย์	15	15	15	15	15
	ศศ.บ.	การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์	สถาบันราชภัฏภูเก็ต 2544						
14.นางสาวภาวิกา ขุนจันทร์	วท.ม.	ระบบสนับสนุน การตัดสินใจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2550	อาจารย์	15	15	15	15	15
	วท.บ.	วิทยาการ คอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2544						
15.นางสาววัชราวดี นิจติธรรมธรา	วท.ม.	เทคโนโลยี สารสนเทศ	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย 2543	อาจารย์	15	15	15	15	15
	วท.บ.	วิทยาการ คอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยพายัพ 2541						
16.นายภูริทรัพย์ เดชพิพัฒน์ประชา	วท.ม.	วิทยาการ คอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยรังสิต 2551	อาจารย์	15	15	15	15	15
	วท.บ.	วิทยาการ คอมพิวเตอร์	สถาบันราชภัฏภูเก็ต 2546						
17.นางสาวจิรารรณ สุทธิธรรม	ศศ.ม.	ภาษาอังกฤษ	มหาวิทยาลัยนเรศวร 2555	อาจารย์	15	15	15	15	15
	ศศ.บ.	ภาษาอังกฤษ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต 2548						
18.นายขจร ทุ่มศรี	M.A.	Linguistics	University of Mysore 2551	อาจารย์	15	15	15	15	15
	ศศ.บ.	ภาษาอังกฤษ	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ ราชวิทยาลัย 2546						
19.นางสาวประไพพิมพ์ สุรเชษฐคมสัน	วท.ม.	สถิติ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2554	อาจารย์	15	15	15	15	15
	วท.บ.	วิทยาการ คอมพิวเตอร์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2540						

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สถาบันการศึกษา ปีที่จบ	ตำแหน่ง วิชาการ	ภาระการสอน ชม./สัปดาห์				
					2560	2561	2562	2563	2564
1.นางสาวเครือวัลย์ ชัชกุล	นศ.ม	-	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2535	รศ	6	6	6	6	6
	นศ.บ	-	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2532						
2.นางสาวเสาวคนธ์ ศรีสุคนธ์รัตน์	บธ.ม	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยราชธานี 2543	อาจารย์	6	6	6	6	6
	วท.บ.	ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยนเรศวร 2536						
3.นางสาวศุภดา โกยวิวัฒน์ตระกูล	วท.ม.	เศรษฐศาสตร์ เกษตร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2545	ผู้ประกอบการ	6	6	6	6	6
	วท.ม.	เศรษฐศาสตร์ เกษตร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2540						
4.นายภิมลชัย ณ ตะกั่วทุ่ง	บธ.ม.	การจัดการ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2544	นักวิชาการ	6	6	6	6	6
	วท.บ.	เศรษฐศาสตร์ เกษตร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2541						

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษา)

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด กำหนดให้บัณฑิต ต้องมีประสบการณ์จากการฝึกปฏิบัติงานด้านการเป็นนักการตลาดในหน่วยงานต่างๆ และฝึกทักษะการเป็นนักการตลาดก่อนสำเร็จการศึกษา ดังนั้นหลักสูตรจึงกำหนดให้มีกลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และสหกิจศึกษา โดยให้นักศึกษาที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดลงทะเบียนกลุ่มวิชาสหกิจศึกษา และนักศึกษาที่มีคุณสมบัติไม่สอดคล้องกับเกณฑ์ดังกล่าวลงทะเบียนกลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

- 4.1.1 สามารถประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะการเป็นนักการตลาดจากการเรียนไปสู่การเป็นนักการตลาดมืออาชีพและปฏิบัติงานในหน่วยงานประเภทต่างๆ ได้
- 4.1.2 สามารถสรุปบทเรียนจากการฝึกปฏิบัติงาน และพัฒนางานของตนเองได้
- 4.1.3 มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

4.1.4 มีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ตรงเวลา เข้าใจวัฒนธรรมองค์กร และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการได้เหมาะสม

4.1.5 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และกล้าแสดงออกในทางที่ถูกต้อง

4.2 ช่วงเวลาการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม

ภาคเรียนที่ 2 ของชั้นปีที่ 4

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดให้มีการฝึกประสบการณ์ในภาคเรียนที่ 2 ของชั้นปีที่ 4

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

นักศึกษาต้องจัดทำโครงการจัดตั้งธุรกิจจำลอง โดยดำเนินการแบบครบกระบวนการคือ เริ่มตั้งแต่การศึกษาข้อมูล การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ และประเมินผลการดำเนินงาน รวมถึงทำรายงานผลการดำเนินงาน ในลักษณะการทำงานเป็นทีม

5.2 มาตรฐานการเรียนรู้

โครงการกิจกรรมพิเศษ (Special Event) ด้านการเป็นนักการตลาด ที่นักศึกษาจัดทำต้องเป็นงานที่เกิดขึ้นจากการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้ศึกษามา สามารถทำงานเป็นทีมบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โครงการทำให้ผู้เข้าร่วมเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และเอาไปใช้ประโยชน์ได้

5.3 ช่วงเวลาการทำโครงการหรืองานวิจัย

ภาคเรียนที่ 2 ของชั้นปีที่ 3

5.4 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

ให้ความรู้แก่นักศึกษาเกี่ยวกับลักษณะและความสำคัญของกิจกรรมพิเศษ และการวางแผนดำเนินงาน กำหนดอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำหน้าที่ให้ข้อเสนอแนะ และตรวจแก้ไขผลงาน

5.6 กระบวนการประเมินผล

ประเมินผลงานวิจัยโดยอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย อาจารย์ที่ปรึกษา โดยมีกรรมการในการร่วมฟังการนำเสนอไม่น้อยกว่า 3 คน

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
1) มีความต้องการในการเป็นนักการตลาดมืออาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> - สอดแทรกโครงการในรายวิชาเอกบังคับให้นักศึกษาคิดวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริง - จัดโครงการพัฒนาวิชาชีพด้านการตลาด - จัดหาเครื่องมือและสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักศึกษา - เน้นการสอนโดยใช้กรณีศึกษาทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล เพื่อฝึกให้นักศึกษารู้จักคิดวิเคราะห์เชื่อมโยงและต่อยอดได้ - ศึกษาเรียนรู้จากแหล่งประสบการณ์จริง เช่น การฝึกประสบการณ์ฯ การทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่ เป็นต้น
2) มีแนวคิดด้านการบริหารจัดการทางการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมให้นักศึกษาแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านธุรกิจอย่างรอบด้านเพื่อกำหนดแผนการตลาด - ส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากการศึกษาดูงาน กรณีศึกษาทางธุรกิจ การจัดทำโครงการพิเศษ - จัดโครงการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพและเพิ่มทักษะการเรียนรู้การจัดการการตลาดรูปแบบต่างๆ
3) การเป็นนักการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือทำธุรกิจจำลอง

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	- กระตุ้นให้นักศึกษาให้ใช้สมองด้านจินตภาพด้วยกระบวนการและวิธีการที่หลากหลาย - ส่งเสริมให้นักศึกษาได้เข้าร่วมการแข่งขันทางวิชาการและงานสร้างสรรค์
5) มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	- ใช้สื่อการสอนภาษาอังกฤษ และสอดแทรกเนื้อหาการเรียนเป็นภาษาอังกฤษ - จัดโครงการพิเศษเพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านภาษาต่างประเทศทุกภาคการศึกษา โดยการฝึกอบรม การเข้าค่ายภาษาฝึกทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการทำงาน
6) คุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม	- สร้างจิตสำนึกและจรรยาบรรณในวิชาชีพ โดยการจัดโครงการจิตอาสาสร้างความรับผิดชอบต่อชุมชนและท้องถิ่น - สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม ในเนื้อหาการเรียนการสอนทุกวิชา

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1 การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน (หมวดวิชาศึกษาทั่วไป)

2.1.1 คุณธรรม จริยธรรม

2.1.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1) มีคุณธรรม จริยธรรม เช่น คุณธรรมค้ำจุนโลก ธรรมคุ้มครองโลก การดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

2) ความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

3) มีความเสียสละ ความเอื้ออาทรและมีจิตสาธารณะ

4) ตระหนักคุณธรรมจริยธรรมของพลเมืองที่มีหัวใจประชาธิปไตย และสำนึก

ในความเป็นไทย

2.1.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) สอนและ/หรือจัดกิจกรรมโดยสอดแทรกเนื้อหาคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งสอดแทรกการมีจิตสาธารณะ สร้างความตระหนักคุณธรรมจริยธรรมของพลเมืองและสำนึกในความเป็นไทย
- 2) ชี้แจงและส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความเคารพในกฎ ระเบียบ หรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัย เช่น การเข้าชั้นเรียน การตรงเวลา การแต่งกายตามระเบียบที่มหาวิทยาลัยกำหนด และยกย่องชื่นชมผู้ที่มีความเสียสละหรือให้รางวัลตามโอกาสที่เหมาะสม
- 3) มอบหมายให้ผู้เรียนทำงานเป็นกลุ่ม ฝึกความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

2.1.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) ประเมินจากพฤติกรรมของผู้เรียน เช่น การเข้าชั้นเรียนตรงเวลา ส่งงานตรงเวลาและครบถ้วน การร่วมกิจกรรมในชั้นเรียนอย่างผู้มีความ รับผิดชอบ การเป็นแบบอย่างที่ดี การช่วยเหลือผู้อื่น เป็นต้น
- 2) สังเกตจากพฤติกรรมของผู้เรียนในการปฏิบัติตามกฎและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ของมหาวิทยาลัย
- 3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

2.1.2 ความรู้

2.1.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) มีความรอบรู้ และความเข้าใจในสาระสำคัญของเนื้อหาวิชาอย่างกว้างขวาง
- 2) สามารถบูรณาการความรู้ในวิชาที่ศึกษาให้สอดรับด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ ด้วยวิธีการเชิงระบบหรือเชื่อมโยงกับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) มีความเข้าใจเกี่ยวกับความก้าวหน้าของความรู้ในวิชาที่ศึกษา
- 4) มีโลกทัศน์กว้างไกล เข้าใจและเห็นคุณค่าของตนเอง ผู้อื่น สังคม ศิลปวัฒนธรรม และธรรมชาติ

2.1.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) จัดการเรียนการสอนที่มีลักษณะบรรยาย อภิปราย โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการจัดกิจกรรมในลักษณะบูรณาการความรู้และประสบการณ์เดิมของผู้เรียนเข้ากับความรู้และประสบการณ์ใหม่ในรายวิชาที่สอน

- 2) สอนโดยเน้นบูรณาการความรู้ในวิชาที่ศึกษาให้สอดรับด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ ด้วยวิธีการเชิงระบบหรือเชื่อมโยงกับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) ศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษ เฉพาะเรื่อง
- 4) มอบหมายให้ผู้เรียนทำการศึกษา ค้นคว้าองค์ความรู้ และวิทยาการใหม่ๆ และหรือวิจัยเพื่อต่อยอดองค์ความรู้

2.1.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) ทดสอบย่อย สอบกลางภาคการศึกษาและปลายภาคการศึกษา
- 2) ประเมินจากการอภิปราย แลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน
- 3) ประเมินจากการฝึกปฏิบัติ
- 4) ประเมินจากงานที่มอบหมาย
- 5) ประเมินจากการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

2.1.3 ทักษะทางปัญญา

2.1.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) มีทักษะการคิดแบบองค์รวม
- 2) มีทักษะในการแสวงหาความรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
- 3) สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการป้องกันและแก้ปัญหา

2.1.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนด้วยกระบวนการคิดเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ในเชิงเหตุผล รวมทั้งเชื่อมโยงกระบวนการคิดแบบต่างๆ เช่น อภิปรายกลุ่ม ฝึกแก้ปัญหาเป็นกลุ่ม จัดสถานการณ์จำลองให้ผู้เรียนฝึกตัดสินใจ เป็นต้น เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างรอบด้านและมีประสิทธิภาพรวมทั้งจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนเกิดทักษะการคิดพัฒนาให้เกิดเป็นปัญญา โดยการใช้กระบวนการ Discerning Cognitive สู่ Respecting (Affective) สู่ Engaging (Active) สู่ Transforming ผลของการคิด คือ การเปลี่ยนแปลงตนเอง
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเลือกวิธีคิดพิจารณาที่เหมาะสมต่อประเด็นปัญหาหนึ่งๆ ด้วยการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ แสดงการประเมินข้อมูลให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือและข้อสรุปอันนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้องเหมาะสม และแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

3) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนด้วยประสบการณ์ตรง เช่น ศึกษานอกสถานที่ การสัมภาษณ์ พูดคุยกับผู้ที่มีประสบการณ์แล้วสรุปเป็นสาระความรู้ แนวคิด ข้อคิดที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการป้องกันและแก้ปัญหาชีวิตประจำวันได้

4) มอบหมายงานให้ผู้เรียนทำการศึกษา แสวงหาข้อมูลความรู้จากแหล่งและวิธีการที่หลากหลายทั้งในและนอกสถาบันการศึกษา

2.1.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมทางปัญญาของผู้เรียนตั้งแต่ ชั้นสังเกต ตั้งคำถาม สืบค้น คิดวิเคราะห์ สังเคราะห์และประเมินค่า ตามลำดับ

2) ประเมินด้วยการสร้างสถานการณ์จำลอง แล้วให้ผู้เรียนฝึกตัดสินใจแก้ปัญหาอย่างมีเหตุมีผล โดยผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันประเมินผลงานนั้น

3) ประเมินจากงานที่มอบหมายและการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

2.1.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.1.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

1) มีส่วนช่วยและเอื้อต่อการแก้ปัญหาในกลุ่ม โดยพัฒนาทักษะการรับรู้ ความรู้สึกของผู้อื่น มุมมองเชิงบวก วุฒิภาวะทางอารมณ์และสังคม รวมทั้งปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ของตนได้อย่างเหมาะสม

2) มีความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างเหมาะสมบนพื้นฐานของตนเองและของกลุ่ม

3) มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนาตนเอง

4) มีสำนึกสาธารณะ และเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก

2.1.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านประสบการณ์ตรงจากการทำงานเป็นคู่ หรือเป็นกลุ่ม เพื่อฝึกความรับผิดชอบ ฝึกทักษะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี มีทักษะการสร้างมนุษยสัมพันธ์ การปรับตัวและยอมรับความแตกต่างของคนในสังคม

2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนแต่ละคนได้มีปฏิสัมพันธ์ ร่วมกันเรียนรู้ และช่วยกันวิเคราะห์ปัญหา เช่น ทำงานกลุ่ม การแสดงบทบาทสมมติ ร่วมกัน การวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อแก้ปัญหา เป็นต้น

3) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนได้ตระหนักถึงความสำคัญและเห็นคุณค่าของการแบ่งปัน ดูแล เอาใจใส่ รักษาสมบัติต่างๆ ที่เป็นของส่วนร่วม และไม่นำมาเป็นของตนเอง

4) สอดแทรกเนื้อหา/จัดกิจกรรมการเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก ทำให้ผู้เรียนมีวิสัยทัศน์กว้างไกล เข้าใจและยอมรับความเปลี่ยนแปลงของสังคม และวิทยาการต่างๆ พร้อมปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสมตามสถานภาพและบทบาททางสังคมในช่วงเวลาที่เหมาะสม

2.1.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้เรียนขณะทำกิจกรรมกลุ่ม
- 2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานของกลุ่ม
- 3) ประเมินความรับผิดชอบจากงานที่มอบหมาย

2.1.5 ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.1.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) สามารถประยุกต์ใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์ และสถิติไปใช้ในการดำเนินชีวิต และปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม
- 2) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน ในการพัฒนาปัญญาความรู้ด้านต่างๆ และใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร สืบค้นข้อมูล คัดกรอง รวบรวม วิเคราะห์ และนำเสนอข้อค้นพบได้อย่างเหมาะสม
- 3) ใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) สอนหลักคณิตศาสตร์ สถิติและ/หรือการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่สามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตและปฏิบัติงานได้
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้มีโอกาสสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมและได้ข้อมูลที่ทันสมัย ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
- 3) สอนโดยเน้นให้ผู้เรียนใช้ภาษาไทยและ/หรือภาษาต่างประเทศในการรับ-ส่งสารได้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ทั้งรูปแบบการฟัง พูด อ่าน และเขียน รวมถึงเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกัน

2.1.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) สังเกตพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีระหว่างร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นเรียน หรือขณะร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น
- 2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานเป็นรูปเล่ม และ/หรือการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
- 3) ประเมินความสามารถในการสืบค้นข้อมูลออนไลน์ และการอ้างอิงแหล่งที่มาได้อย่างถูกต้อง

2.2 การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน (หมวดวิชาเฉพาะ)

2.2.1 คุณธรรม จริยธรรม

2.2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละและไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และสร้างภูมิคุ้มกัน
- 3) มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- 4) มีความรู้ความเข้าใจหลักคุณธรรมจริยธรรม ที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาต่างๆ ทางด้านวิชาชีพ โดยใช้จรรยาบรรณของนักการตลาด
- 5) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- 6) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

2.2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย เช่น เน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาการส่งงาน ตามกำหนดที่ได้รับมอบหมาย และการแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัยโดยเคร่งครัด
- 2) ให้ความรู้นักศึกษาเกี่ยวกับจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์ในการอ้างอิงผลงานของผู้อื่น รู้จักเคารพทรัพย์สินทางปัญญา

3) จัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม โดยที่ผู้สอนต้องสอดแทรกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณทางวิชาชีพทุกรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ไปพร้อมกับวิทยาการต่างๆ

2.2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) อาจารย์ผู้สอนให้คะแนนการเข้าชั้นเรียนตรงเวลา การส่งงานตามระยะเวลาที่กำหนด และตรวจการแต่งกายของนักศึกษาเป็นประจำ
- 2) ประเมินผลการจัดกิจกรรมและผลงานของนักศึกษาที่จัดขึ้นในแต่ละครั้ง
- 3) ประเมินผลจากแบบทดสอบและผลงานของนักศึกษาในด้านความซื่อสัตย์และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ โดยผลงานต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

2.2.2 ความรู้

2.2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจ
- 2) มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด การบริหารธุรกิจ ทั้งทางด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์
- 3) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการทางการตลาด การบริหารธุรกิจในเรื่องการ วางแผน การจัดโครงสร้างการปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ
- 4) มีความรู้และพัฒนาการตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพทางการตลาดและการบริหารธุรกิจ รวมทั้งทำความเข้าใจเกี่ยวกับผลของสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและสังคมโลก
- 5) รู้ เข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญอย่างต่อเนื่อง
- 6) มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษา เพื่อให้เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลงและเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ
- 7) มีประสบการณ์ในการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการใช้งานได้จริง
- 8) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) ใช้การเรียนการสอนแบบสาธิตประกอบการบรรยาย โดยเน้นหลักทางทฤษฎีและปฏิบัติ ในสถานการณ์จำลอง โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

2) กำหนดให้มีการแสวงหาความรู้อย่างเป็นระบบ รอบด้าน ส่งเสริมให้ทำกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการคิด และนำเสนอได้อย่างเป็นระบบ

3) กำหนดให้มีการจัดกิจกรรมด้านการเป็นนักคิด นักวางแผน ทางการตลาด และจัดหาเครื่องมือ สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้

4) จัดโครงการพิเศษเพื่อสร้างความพร้อมด้านการเป็นนักการตลาด

2.2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

1) ประเมินจากการสังเกต การถามตอบในชั้นเรียน

2) การทดสอบตามใบงานหรือแบบทดสอบ

3) ประเมินจากโครงการ และกิจกรรมที่นำเสนอ

4) การสอบกลางภาคเรียน และปลายภาคเรียน

2.2.3 ทักษะทางปัญญา

2.2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1) สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูล จากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ

2) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างเหมาะสม

3) สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

4) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางคอมพิวเตอร์ได้อย่างเหมาะสม

2.2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1) มอบหมายให้นักศึกษาได้เรียนรู้ โดยเน้นการคิดวิเคราะห์ เกี่ยวกับองค์ความรู้ และประเด็นปัญหาทางธุรกิจ นำไปสู่การพัฒนาโครงการ และการทำวิจัย เพื่อหาทางพัฒนาแก้ไข

2) มอบหมายให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม โดยให้นักศึกษาได้นำเสนอการประยุกต์องค์ความรู้ด้านการเป็นนักการตลาด เพื่อสร้างงานวิจัย โครงการ

2.2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

1) ประเมินผลจากการนำเสนอผลงาน และกิจกรรมที่นักศึกษาจัดขึ้น

- 2) ประเมินผลจากโครงการ ผลงานวิจัย การนำโครงการ งานวิจัยไปใช้ประโยชน์

2.2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

ในการรับผิดชอบ

- 1) สามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้
- 2) สามารถแสดงความคิดริเริ่มและความเห็นอย่างสร้างสรรค์เื้อื่อต่อการแก้ไขปัญหาของทีม
- 3) มีความรับผิดชอบในการทำงานกับผู้อื่นและรับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาตนเองและอาชีพ
- 4) สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายและสามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ

- 1) กำหนดกิจกรรมให้นักศึกษาได้มีโอกาสเรียนรู้และมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เช่น การนำเสนอหน้าชั้นเรียน การแบ่งกลุ่มในการทำกิจกรรมด้านการเป็นนักการตลาด
- 2) กำหนดให้นักศึกษาได้นำเสนอผลงาน หรือองค์ความรู้ด้านการเป็นนักการตลาด ที่สร้างขึ้น ไปสร้างประโยชน์กับท้องถิ่น หรือแหล่งชุมชนต่างๆ ตามความเหมาะสม
- 3) กำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม มีการทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น หรือต้องอาศัยข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์ และผู้รู้ในท้องถิ่น
- 4) ส่งเสริมให้นักศึกษามีความรับผิดชอบและสร้างสรรค์ผลงานเพื่อต่อยอดองค์ความรู้

2.2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ

- 1) ประเมินผลจากกิจกรรมหรือผลงานนำเสนอผลงาน การรายงาน และการนำเสนอโครงการต่างๆ ของนักศึกษา
- 2) ประเมินผลจากผู้รับบริการจากท้องถิ่น ชุมชน หรือหน่วยงานภายนอก

2.2.5 ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจและชีวิตประจำวัน
- 2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูด การเขียนที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกัน ทั้งที่เป็นข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น
- 4) สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศใช้เทคโนโลยีอื่น ๆ สนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ
- 5) มีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์
- 6) สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์ หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

2.2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

มอบหมายให้นักศึกษานำเสนองานเป็นกลุ่ม ให้นักศึกษาได้ลงพื้นที่จริง มีการวิเคราะห์สถานการณ์จำลอง และสถานการณ์จริง รู้จักการนำเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆ

2.2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) ประเมินผลจากสื่อและอุปกรณ์สารสนเทศที่ใช้ในการนำเสนอสารและความสามารถในการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในการนำเสนอสาร
- 2) ประเมินผลจากการนำเสนอสารของนักศึกษาในด้านวิธีการ

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

3.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้

3.1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1) มีคุณธรรม จริยธรรม เช่น คุณธรรมค้ำจุนโลก ธรรมค้ำครองโลก การดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

2) ความมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

3) มีความเสียสละ ความเอื้ออาทรและมีจิตสาธารณะ

4) ตระหนักคุณธรรมจริยธรรมของพลเมืองที่มีหัวใจประชาธิปไตย และสำนึกในความเป็นไทย

3.1.2 ด้านความรู้

1) มีความรอบรู้ และความเข้าใจในสาระสำคัญของเนื้อหาวิชาอย่างกว้างขวาง

2) สามารถบูรณาการความรู้ในวิชาที่ศึกษาให้สอดคล้องด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ ด้วยวิธีการเชิงระบบหรือเชื่อมโยงกับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) มีความเข้าใจเกี่ยวกับความก้าวหน้าของความรู้ในวิชาที่ศึกษา

4) มีโลกทัศน์กว้างไกล เข้าใจและเห็นคุณค่าของตนเอง ผู้อื่น สังคม ศิลปวัฒนธรรม และธรรมชาติ

3.1.3 ทักษะทางปัญญา

1) มีทักษะการคิดแบบองค์รวม

2) มีทักษะในการแสวงหาความรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

3) สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการป้องกันและแก้ปัญหา

3.1.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1) มีส่วนช่วยและเอื้อต่อการแก้ปัญหาในกลุ่ม โดยพัฒนาทักษะการรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่น มุมมองเชิงบวก วุฒิภาวะทางอารมณ์และสังคม รวมทั้งปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ของตนได้อย่างเหมาะสม

2) มีความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างเหมาะสมบนพื้นฐานของตนเองและของกลุ่ม

3) มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนาตนเอง

4) มีสำนึกสาธารณะ และเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก

3.1.5 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) สามารถประยุกต์ใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์ และสถิติไปใช้ในการดำเนินชีวิตและปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม
- 2) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน ในการพัฒนาปัญญาความรู้ด้านต่างๆ และใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร สืบค้นข้อมูล คัดกรอง รวบรวม วิเคราะห์ และนำเสนอข้อค้นพบได้อย่างเหมาะสม
- 3) ใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 หมวดวิชาเฉพาะ ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้

3.2.1 คุณธรรม จริยธรรม

- 1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละและไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเองสังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผลและสร้างภูมิคุ้มกัน
- 3) มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- 4) มีความรู้ความเข้าใจหลักคุณธรรม จริยธรรม ที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาต่างๆทางด้านวิชาชีพโดยใช้ จรรยาบรรณของนักการตลาด
- 5) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- 6) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

3.2.2 ความรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจ
- 2) มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด การบริหารธุรกิจ ทั้งทางด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์
- 3) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการทางการตลาด การบริหารธุรกิจ ในเรื่องการวางแผน การจัดโครงสร้างการปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ

4) มีความรู้และพัฒนาการตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพทางการตลาด และการบริหารธุรกิจ รวมทั้งทำความเข้าใจเกี่ยวกับผลของสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อมและสังคมโลก

5) รู้ เข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญอย่างต่อเนื่อง

6) มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษา เพื่อให้เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลงและ เข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ

7) มีประสบการณ์ในการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการใช้งานได้จริง

8) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.2.3 ทักษะทางปัญญา

1) สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูล จากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเองเพื่อให้ได้ สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ

2) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการ ความรู้จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจ และสถานการณ์ ทั่วไปได้อย่างเหมาะสม

3) สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ทำให้เกิดการ ได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

4) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางคอมพิวเตอร์ได้อย่างเหมาะสม

3.2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1) สามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำสมาชิก ของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

2) สามารถแสดงความคิดริเริ่มและความเห็นอย่างสร้างสรรค์เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาของทีม

3) มีความรับผิดชอบในการทำงานกับผู้อื่นและรับผิดชอบต่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาตนเองและอาชีพ

4) สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายและสามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.5 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการ วิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจและชีวิตประจำวัน
- 2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูด การเขียนที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกัน ทั้งที่เป็นข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น
- 4) สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศใช้เทคโนโลยีอื่นๆ สนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ และการเขียน
- 5) มีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์
- 6) สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม				2. ความรู้				3. ทักษะทาง ปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป																		
9901104 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร		○			●					○		○		○				●
9901105 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร		○		●	●	○		○		○	○		○	○				●
9901206 ภาษาอังกฤษเพื่อการนำเสนอ		○		○		●		○		○		○			○			●
9902103 พลเมืองไทยในสังคมพลวัต	●	○	●	●	○	○		○			○	○			●		○	
9902204 การจัดการแบบบูรณาการ	○	○			●	○		○			○	○	●	○			○	
9903103 เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	●				●	○		○	○	○		○	○	○			○	
9903204 อันตามันวีรกรรม		○		○	●	○		●	●		○	●		○			○	
9904104 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้	○	○			●	○	●			●	○	○		●			●	
9904105 การพัฒนาสุขภาพแบบองค์รวม		●			●	○			●	○	○	●		○		○	○	
9904206 การคิดวิเคราะห์เพื่อการแก้ไขปัญหา	○	○			●	○			●	○	●	○	●			●		

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

2.หมวดวิชาเฉพาะ	1. คุณธรรม จริยธรรม						2. ความรู้								3. ทักษะทาง ปัญหา				4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ							
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6		
2.1 กลุ่มวิชาแกน																														
6305302 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ			●	○	○	●			●	●				○		●			●	○	●	●			●					
6305316 ภาษาอังกฤษธุรกิจ			●	○	○	●			●	●				○		●			●	○	●	●			●					
6356553 กฎหมายธุรกิจ	●	○	●	●			○	○	●	○					○	●	○		○	○	●		○	○	○	○				
7352107 การบัญชีสำหรับธุรกิจ	●	○	●	●			●	●	○	○					●	○	○		○	●	○		○	○	●	●				
7353201 การเงินธุรกิจ	●	○	●	●			●	●	○	○					●	●	●		○	●	○		●	○	○	●				
7354101 หลักการตลาด	○	○	○	●			○	●	●	●					●	○	○		○	●	○		●	○	○	○				
7356214 การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน	●	○	○	○			○	●	●	○					○	●	●		○	○	●		●	○	○	○				
7359101 หลักเศรษฐศาสตร์	●	○	●	○			●	○	○	●					○	○	●		○	○	○		○	○	●	○				
7359331 การวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติธุรกิจ	●	●	●	●			○	●	○	●					○	●	●		○	●	○		○	○	●	○				
7360102 องค์การและการจัดการ	○	○	●	○			●	●	●	○					○	●	●		●	●	○		○	●	●	○				
7361106 ซอฟต์แวร์ประยุกต์เบื้องต้นสำหรับธุรกิจ			●	●							●	●	●	●				●			●		●				●	●		

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม						2. ความรู้								3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน																												
2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ																												
7350301 จริยธรรมทางธุรกิจ	●	○	○	●			○	○	●	●				○	●	○		○	●	○		○	●	●	○			
7354205 การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	●	○	●	○			●	○	○	○				○	●	●		○	○	●		○	●	○	●			
7354212 พฤติกรรมผู้บริโภค	○	●	○	○			●	○	○	○				○	○	●		○	○	●		○	○	●	○			
7354214 กลยุทธ์ด้านราคา	○	○	○	●			○	○	●	○				○	○	●		○	○	○		●	○	○	○			
7354215 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์	○	○	●	○			●	○	●	○				○	○	●		●	●	●		○	●	○	●			
7354306 กลยุทธ์การตลาด	●	○	○	●			●	○	●	●				○	●	●		○	●	○		●	○	●	○			
7354312 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	○	○	●	●			●	○	○	●				●	●	○		○	○	●		○	●	●	●			
7354313 การตลาดดิจิทัล	○	○	●	○			●	○	●	○				●	○	●		●	○	○		●	○	○	●			

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม						2. ความรู้								3. ทักษะทาง ปัญหา				4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ							
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6		
2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน																														
2.2.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ (ต่อ)																														
7354314 การจัดการการตลาดเพื่อการ ท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามัน	●	○	○	○			○	○	●	○					○	●	○		○	○	●		○	○	●	○				
7354405 การวางแผนการตลาด	●	○	●	○			●	○	●	●					○	●	○		●	○	●		●	○	●	●				
7354410 การวิจัยตลาด	●	○	●	○			●	○	●	●					○	●	○		●	●	●		●	○	●	●				
7354413 สัมมนาวัตกรรมการตลาด	○	●	○	●			○	●	●	●					○	●	●		●	●	○		○	●	●	○				
7356405 การจัดการเชิงกลยุทธ์	●	○	○	●			●	○	●	●					○	○	●		○	●	○		○	○	●	○				

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม						2. ความรู้								3. ทักษะทาง ปัญญา				4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ							
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6		
2.2.2 กลุ่มวิชาเอกเลือก																														
6305330 ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด และการโฆษณา			○	●		●	●								●	○			●	○					●		○	○		
7354203 การจัดการการขาย	●	○	○	●			●	○	●	○					●	●	●		●	●	●		●	○	●	●				
7354211 จิตวิทยาทางธุรกิจสำหรับการตลาด	●	○	●	●			○	○	●	●					○	●	○		○	●	○		○	●	●	○				
7354303 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	●	●	●	○			●	○	○	●					●	○	●		○	●	●		○	○	●	○				
7354305 การตลาดบริการ	●	○	●	○			●	○	●	○					●	●	●		●	●	○		○	●	●	○				
7354315 การตลาดเชิงกิจกรรม	●	○	○	○			○	○	●	○					○	●	○		●	○	○		○	○	●	●				
7354401 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	●	○	○	●			●	○	●	○					○	●	●		○	○	●		○	●	●	○				
7354406 ปัญหาพิเศษทางการตลาด	○	○	●	●			○	○	●	●					○	●	○		○	●	○		●	○	○	●				
7354411 การตลาดอาเซียนและตลาดโลก	○	○	●	○			●	●	○	○					○	○	●		○	●	○		○	○	●	○				
7354412 การพัฒนาระบบสารสนเทศ ทางการตลาด	○	○	●	○			●	○	○	○					●	○	●		●	○	○		●	○	○	●				

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม						2. ความรู้								3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6
2.3 กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ																												
ให้เลือกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจากกลุ่มต่อไปนี้																												
2.3.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ																												
7354408 เตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด	●	●	●	●			●	○	●	●					●	●	●		●	○	●		●	●	●	○	●	
7354409 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด	●	●	●	●			●	●	●	●					●	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●	
2.3.2 กลุ่มฝึกสหกิจศึกษา																												
9905301 เตรียมสหกิจศึกษา	●	●	●	●			●	○	●	●					●	●	●		●	○	●		●	●	●	○	●	
9905401 สหกิจศึกษา	●	●	●	●			●	●	●	●					●	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●	

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 (ภาคผนวก ก)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานการวัดผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

มีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรรับผิดชอบเรื่องกระบวนการทวนสอบมาตรฐานการวัดผลสัมฤทธิ์ โดยให้มีการทวนสอบในเรื่องต่างๆ ดังนี้

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

2.1.1 มีคณะกรรมการประเมินความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน

2.1.2 ตรวจสอบการให้คะแนนแต่ละรายวิชาให้เป็นไปตามเกณฑ์

2.1.3 ประเมินจากบุคลากรในหน่วยงานที่นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือสหกิจศึกษา โดยการตอบแบบสอบถามหรือสัมภาษณ์

2.1.4 ทดสอบประเมินความรู้ของนักศึกษาก่อนสำเร็จการศึกษา

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

2.2.1 ประเมินการมีงานทำของบัณฑิต ในด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความรู้ความสามารถ และความมั่นใจในการประกอบกิจการอาชีพ โดยการตอบแบบสอบถามหรือสัมภาษณ์

2.2.2 ประเมินความพึงพอใจจากผู้ประกอบการที่มีต่อบัณฑิต ในด้านคุณธรรมจริยธรรมด้านความรู้ความสามารถและด้านอื่นๆตามความเหมาะสมของลักษณะงาน โดยการตอบแบบสอบถามหรือสัมภาษณ์

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

3.1 นักศึกษาที่มีสิทธิ์ได้รับปริญญา ต้องมีคุณสมบัติให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 (ภาคผนวก ก)

3.2 นักศึกษาที่มีสิทธิ์แสดงความจำนงขอสำเร็จการศึกษา ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

3.2.1 เป็นนักศึกษาภาคเรียนสุดท้ายที่ลงทะเบียนเรียนครบตามหลักสูตร

3.2.2 เป็นนักศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ระบุไว้

3.2.3 ใช้เวลาในการศึกษาไม่เกิน 2 เท่าของระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ในหลักสูตรหรือไม่เกิน 8 ปี

3.2.4 ผ่านการฝึกงานสหกิจศึกษา หรือฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

3.2.5 ผ่านการอบรมและเข้าร่วมโครงการที่สาขาวิชากำหนดครบทุกโครงการ ได้แก่

3.2.5.1 โครงการเขียนแผนธุรกิจ

3.2.5.2 โครงการพิเศษเพื่อเพิ่มทักษะการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับงานทางการตลาด 1

3.2.5.3 โครงการพิเศษเพื่อเพิ่มทักษะการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับงานทางการตลาด 2

3.2.5.4 โครงการพิเศษเพื่อเพิ่มทักษะการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับงานทางการตลาด 3

3.2.5.5 โครงการทัศนศึกษาดูงาน

หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 มีการปฐมนิเทศและแนวการเป็นครูแก่อาจารย์ใหม่ ให้มีความรู้ความเข้าใจในนโยบายของมหาวิทยาลัย คณะ ตลอดจนหลักสูตรที่สอน

1.2 แนะนำบุคลากร สถานที่ และการบริการต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย

1.3 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอน และการวิจัยอย่างต่อเนื่อง การจัดทำตำรา/เอกสารประกอบการสอน การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ การฝึกอบรม การศึกษาดูงานวิชาการ และวิชาชีพในองค์กรต่างๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศ และต่างประเทศ หรือการลาศึกษาต่อ

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล

2.1.1 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอน และการวิจัยอย่างต่อเนื่อง การจัดทำตำรา/เอกสารประกอบการสอน การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ดูงานวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่างๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ หรือการลาเพื่อศึกษาต่อ

2.1.2 การเพิ่มทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลที่ทันสมัย

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

2.2.1 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ และ คุณธรรม

2.2.2 มีการจัดสรรทุนสนับสนุน เพื่อกระตุ้นอาจารย์ในการทำผลงานทางวิชาการ

2.2.3 ส่งเสริมการทำวิจัยในชั้นเรียนเพื่อสร้างองค์ความรู้เป็นหลักเพื่อการพัฒนาการเรียน การสอน และมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ

2.2.4 จัดสรรงบประมาณในการพัฒนาบุคลากร

2.2.5 จัดให้เข้าร่วมกิจกรรมบริการวิชาการต่างๆ ของคณะ

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐาน

การบริหารหลักสูตรมีคณะกรรมการประจำหลักสูตร ประกอบด้วย คณบดี รองคณบดี ฝ่ายวิชาการ ประธานหลักสูตร และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร โดยมีคณบดีเป็นผู้กำกับดูแล และคอยให้คำแนะนำ ตลอดจนกำหนดนโยบายปฏิบัติให้แก่อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรวางแผนการจัดการเรียนการสอนร่วมกับผู้บริหารของคณะ และอาจารย์ผู้สอน ติดตามและรวบรวมข้อมูลสำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรโดยมีการดำเนินการทุกปีอย่างต่อเนื่อง

1.1 เป้าหมายการบริหารหลักสูตร

1.1.1 พัฒนาหลักสูตรให้ได้มาตรฐานไม่ต่ำกว่ามาตรฐานคุณวุฒิ ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด ให้สอดคล้องทันต่อความเปลี่ยนแปลงกับความต้องการในการพัฒนาประเทศ

1.1.2 หลักสูตรผ่านการรับรองตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่ สกอ. และ กพ.

1.1.3 ตรวจสอบและปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณภาพมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอทุกๆ 5 ปี

1.1.4 บัณฑิตสาขาวิชาการตลาดมีความใฝ่รู้ มีแนวทางการเรียนที่สร้างทั้งความรู้ความสามารถ ในวิชาการวิชาชีพที่ทันสมัย

1.2 ระบบและกลไกการบริหารหลักสูตร

1.2.1 จัดให้หลักสูตรสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพในระดับสากลหรือระดับประเทศ

1.2.2 จำทำปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยโดยการพิจารณาปรับปรุงหลักสูตรทุกๆ 5 ปี

1.2.3 จัดแนวทางการเรียนในวิชาเรียนให้มีทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ และมีแนวทางการเรียน หรือกิจกรรมประจำวิชาให้นักศึกษาได้ศึกษาความรู้ที่ทันสมัยด้วยตัวเอง

1.2.4 กำหนดให้อาจารย์ที่สอนมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาโท หรือเป็นผู้มีประสบการณ์หลายปี

1.2.5 มีจำนวนคณาจารย์ประจำไม่น้อยกว่าเกณฑ์มาตรฐาน

1.2.6 จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของหลักสูตรและการเรียนการสอน โดยบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา

1.3 การประเมินผลการบริหารหลักสูตร

1.3.1 หลักสูตรมีมาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด โดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้การรับรองหลักสูตร

1.3.2 จำนวนวิชาเรียนที่มีภาคปฏิบัติและวิชาเรียนที่มีแนวทางให้นักศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าความรู้ใหม่ได้ด้วยตนเอง

1.3.3 จำนวนและรายชื่อคณาจารย์ประจำ ประวัติอาจารย์ด้านคุณวุฒิประสบการณ์ และการพัฒนาอบรมของอาจารย์

1.3.4 ประเมินผลโดยผู้สำเร็จการศึกษา อย่างน้อยทุกๆ 5 ปี

2. บัณฑิต

หลักสูตรมีการสำรวจความต้องการบัณฑิตจากสถานประกอบการ ผู้ใช้บัณฑิต ตลอดจนศิษย์เก่า โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มเพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม รวมทั้งใช้ในการผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เป็นที่พอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อไป ดังวงจรถัดไปนี้

2.1 จัดการสำรวจความต้องการของตลาดแรงงานและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต ก่อนการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร

2.2 ประเมินการความต้องการของตลาดแรงงาน

2.3 ติดตามข้อมูลความรู้และทักษะวิชาชีพตามความต้องการของตลาดแรงงานด้านการตลาด

2.4 มีแผนการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตเป็นประจำทุกปีการศึกษาและเมื่อครบรอบหลักสูตร

2.5 แนวทางประเมินประสิทธิผลของบัณฑิต โดยพิจารณาจากปัจจัยความต้องการของตลาดแรงงานดังนี้

-ความรับผิดชอบต่อหน้าที่

-ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน

-คุณลักษณะส่วนบุคคล (คุณธรรม จริยธรรม บุคลิกภาพ การทำงานเป็นทีม ความคิดสร้างสรรค์)

3. นักศึกษา

3.1 การรับนักศึกษา

หลักสูตรมีระบบกลไกการรับนักศึกษา ดังนี้

3.1.1 หลักสูตรฯ มีการจัดประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อวิเคราะห์ความพร้อม สำหรับการรับนักศึกษา และสำรวจความต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อกำหนดเป้าหมายและแผนรับนักศึกษาใหม่

3.1.2 หลักสูตรกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

- 3.1.2.1 หลักสูตรได้กำหนดคุณสมบัตินักศึกษาโควตา จะต้องมีความเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.50
- 3.1.2.2 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 หรือเทียบเท่า

3.2 การคัดเลือกนักศึกษาตามระบบต่าง ๆ ดังนี้

3.2.1 ระบบโควตา กำหนดเกณฑ์คุณสมบัติ ประกาศผู้ผ่านเกณฑ์: สอบสัมภาษณ์ ประกาศผลการสอบ รายงานตัวนักศึกษาใหม่

3.2.2 ระบบกลุ่มภาคี: กำหนดเกณฑ์คุณสมบัติ ประกาศผู้ผ่านเกณฑ์ สอบข้อเขียน/สอบปฏิบัติ สอบสัมภาษณ์ ประกาศผลการสอบ รายงานตัวนักศึกษาใหม่

3.2.3 ระบบคัดเลือกทั่วไป กำหนดเกณฑ์คุณสมบัติ ประกาศผู้ผ่านเกณฑ์: สอบสัมภาษณ์ ประกาศผลการสอบ รายงานตัวนักศึกษาใหม่

3.3 การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา หลักสูตรมีระบบและกลไกการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา ดังนี้

3.3.1 หลักสูตรประชุมการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา โดยพิจารณาเสนอมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับรายชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการพบผู้ปกครองและนักศึกษาทั้งด้านวิชาการ กิจกรรม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง หลักสูตรได้ร่วมกับมหาวิทยาลัย ใช้ระบบ “ภาคี” เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการรับนักศึกษาให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ทางหลักสูตรได้วางไว้

3.3.2 หลักสูตรมีการชี้แจงรายละเอียดด้านวิชาการ กิจกรรม หลักสูตร กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ การแต่งกาย ต่อผู้ปกครอง แนะนำอาจารย์ที่ปรึกษาและช่องทางการติดต่อประสานงานระหว่างผู้ปกครองกับอาจารย์ที่ปรึกษา ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นสำหรับการเรียนตลอดหลักสูตร มีการจัดเตรียมแบบฟอร์มให้ผู้ปกครองกรอกข้อมูลเกี่ยวกับชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ จัดทำแผ่นพับแจ้งหมายเลขโทรศัพท์ของอาจารย์ประจำหลักสูตรให้ผู้ปกครองรับทราบ

3.3.3 หลักสูตรมีการประชุมนักศึกษาใหม่ โดยแบ่งตามห้องเพื่อพบอาจารย์ที่ปรึกษาสำหรับทำการชี้แจงขั้นตอนการลงทะเบียนเรียน กฎระเบียบ การแต่งกาย การเข้าชั้นเรียน กิจกรรมของสาขา คณะ และมหาวิทยาลัย ที่นักศึกษาต้องเข้าร่วม รับทราบตารางเรียน ขั้นตอนการลงทะเบียน และรับรหัสผ่านการใช้งานระบบออนไลน์

3.3.4 หลักสูตรจัดทำบันทึกเสนอคณะ สำหรับตารางการให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา ซึ่งเป็นคาบว่างจากภารกิจ การสอนของอาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชาการตลาด

3.3.5 หลักสูตรมีการทบทวนระบบกลไก กระบวนการ การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา ประชุมและมีมติจากที่ประชุมเพื่อเสนอมหาวิทยาลัยและดำเนินการ ทางหลักสูตรมีการจัดโครงการเตรียมความพร้อมน้องใหม่การตลาด เป็นโครงการที่อาจารย์พบนักศึกษา รุ่นพี่รุ่นน้อง ซึ่งเป็นการทำ

ความรู้จักในเบื้องต้น พร้อมร่วมกับการทำกิจกรรมอื่นๆ ที่เป็นการสร้างแรงบันดาลใจ สร้างความผูกพัน ของพี่น้องการตลาด ก่อนเปิดภาคเรียน

3.4 การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา

การควบคุมการดูแลและการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษาในระดับปริญญาตรี

3.4.1 หลักสูตรมีการสำรวจรายชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเสนอให้มหาวิทยาลัยแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4.2 อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา และให้นักศึกษาทุกคนกรอกประวัติ

-ประวัติของนักศึกษา บิดา มารดา

-ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ หมายเลขโทรศัพท์ของผู้ปกครอง นักศึกษา เพื่อนสนิท ญาติ

-สถานศึกษาเดิมที่จบ/รูปถ่าย

3.4.3 หลักสูตรได้มีแผนจัดทำตารางการให้คำปรึกษา เพื่อให้ความช่วยเหลือเพื่อการจัดการความเสี่ยงแก่นักศึกษาในด้านต่างๆ ดังนี้

3.4.3.1 ด้านวิชาการ แนะนำด้านการเรียน การลงทะเบียน การคำนวณผลการเรียน การเข้าชั้นเรียน การขาดเรียน

3.4.3.2 ด้านทักษะการใช้ชีวิต เกี่ยวกับการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัย การแก้ปัญหาในชีวิต การอยู่ในสังคม

3.4.3.3 ด้านกิจกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย คณะ และสาขา

3.4.3.4 ด้านเศรษฐกิจ การลงทะเบียนเรียน การออม

3.4.3.5 ด้านอื่น ๆ อาทิเช่น ปัญหาครอบครัว ปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนในห้องเรียน เพื่อนต่างคณะ ซึ่งทางหลักสูตรฯ มีนโยบายให้อาจารย์ที่ปรึกษาทุกชั้นปี พบนักศึกษาอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และมีการใช้สื่อออนไลน์ ในการสร้างห้องสนทนากลุ่มเพื่อติดต่อประสานงานเรื่องการจัดการเรียนการสอน มอบหมายงาน และให้คำปรึกษาในเรื่องอื่นๆ ผ่านทางโทรศัพท์ Facebook หรือ Line

3.4.4 อาจารย์ที่ปรึกษาต้องบันทึกข้อมูล ซึ่งหากเป็นเรื่องเกี่ยวกับการขาดเรียน ผลการเรียน อาจารย์ที่ปรึกษาจะมีการแจ้งผู้ปกครองทางโทรศัพท์ พร้อมทั้งมีการขออนุญาตผู้ปกครองให้มาพบที่มหาวิทยาลัย เพื่อแก้ปัญหาในเบื้องต้น และติดตามผล

3.4.5 หลักสูตรฯ มีการประชุมทบทวนกระบวนการ การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา

3.5 หลักสูตรมีระบบกลไกการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ดังนี้

3.5.1 หลักสูตรมีการประชุมเพื่อกำหนดแนวทางแผนการพัฒนาความรู้นักศึกษาเสนอต่อมหาวิทยาลัย สำหรับแผนงบประมาณและทรัพยากร แผนพัฒนาบุคลากร แผนสนับสนุนด้านทุนการศึกษา แผนการจัดกิจกรรม และโครงการพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพการเป็นนักการตลาดให้นักศึกษาในหลักสูตร โดยประมวลผลจากการนิเทศนักศึกษา ที่ออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด

3.5.2 หลักสูตรมีโครงการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.5.2.1 แผนงานงบประมาณและทรัพยากร ซึ่งทางหลักสูตรฯ ต้องมีการใช้งบประมาณและทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่การเรียนรู้ของนักศึกษา

3.5.2.2 แผนพัฒนาบุคลากร นอกจากการพัฒนาในมหาวิทยาลัย หลักสูตรฯ ต้องมีการจัดนักศึกษาออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ณ สถานประกอบการจริง เช่น โครงการทัศนศึกษา “แหล่งเรียนรู้ด้านการตลาด” เพื่อให้นักศึกษาได้ประยุกต์ใช้ความรู้ คู่กับการทำงานจริงในอนาคต

3.5.2.3 แผนสนับสนุนด้านทุนการศึกษา หลักสูตรมีทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษาเรียนดีแต่ยากจน หรือการให้คำปรึกษาด้านกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เป็นต้น

3.5.2.4 โครงการพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ความรู้วิชาหลักและความรู้เฉพาะสำหรับอนาคต หลักสูตรฯ ได้มีการจัดรายวิชาที่สอดคล้องกับทักษะดังกล่าว โดยการจัดการเรียนในเนื้อหาเชิงสหวิทยาการ (Interdisciplinary) ในรายวิชาต่าง ๆ อาทิเช่น ภาษาอังกฤษ หลักเศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยา การพาณิชย์ การเงิน การบัญชี เป็นต้น เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ในสาระวิชาหลัก และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งการดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพภาษาต่างประเทศ โครงการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์สำหรับงานทางด้านการตลาด

- 2) ทักษะชีวิตและการประกอบอาชีพ หลักสูตรจัดรายวิชาที่มุ่งเน้นความสอดคล้องสำหรับการดำรงชีวิตและทำงานให้ยุคปัจจุบัน อีกทั้งโครงการที่รองรับสำหรับทักษะคือ โครงการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์สำหรับงานทางด้านการตลาด โครงการพัฒนาศักยภาพภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนและภาษาที่สาม) โดยใช้เทคนิคการสอนแบบ E-learning ใช้ระบบ Ed-Modo เป็นต้น

- 3) ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม หลักสูตรฯ มีการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาที่เข้าสู่โลกการทำงานที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น โดยจัดรายวิชาต่าง ๆ เพื่อรองรับ เช่น การตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาด การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม การจัดการ

การตลาดท่องเที่ยวกลุ่มชายฝั่งอันดามันและการสัมมนากลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ การส่งนักศึกษาเข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการและสัมมนาวิชาการ เพื่อเสริมสร้างให้ผู้เข้าอบรมมีมุมมองที่กว้างขึ้นและมองทั้งระบบ เพื่อรองรับการตลาดในศตวรรษที่ 21

4) ทักษะด้านข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารและเทคโนโลยี เนื่องด้วยในปัจจุบันมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อและเทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก นักศึกษาจึงต้องมีความสามารถในการแสดงทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ พร้อมทั้งมีการปฏิบัติงานได้หลากหลาย ทางหลักสูตรฯ จึงมีรายวิชาต่าง ๆ เช่น การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ฯลฯ พร้อมทั้งหลักสูตรจัดโครงการต่าง ๆ ตามแผนงานให้กับนักศึกษาครบทุกโครงการ นอกจากนี้ยังมีการส่งนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ 4 เข้าร่วมโครงการอบรมพัฒนาความรู้ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

3.5.3 หลักสูตรฯ มีการจัดทำโครงการดังกล่าว และสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษา เพื่อให้มีความรู้ความสามารถทั้งทางด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีเมื่อจบการศึกษา สามารถเป็นบัณฑิตที่ออกสู่สถานประกอบได้อย่างมีคุณภาพ

3.5.4 หลักสูตรฯ ประชุม ทบทวนระบบกลไก และกระบวนการสำหรับการส่งเสริม และพัฒนา นักศึกษา เพื่อให้ทันต่อสภาพการตลาดในปัจจุบัน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อการรองรับการเข้าสู่ AEC อย่างเป็นทางการ ซึ่งจะทำให้บัณฑิตของหลักสูตร มีความรู้ที่นำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง ซึ่งถือเป็นทักษะของนักศึกษาในศตวรรษที่ 21 คือ “ทุกคนจะต้องเรียนรู้ตลอดชีวิต”

4. อาจารย์

4.1 การบริหารและพัฒนาอาจารย์

4.1.1 หลักสูตรได้ทำการสำรวจอัตรากำลังอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ และอัตราเกษียณอายุราชการ จึงได้มีการวางแผนรับอาจารย์ใหม่ทดแทน

4.1.2 มหาวิทยาลัยมีนโยบายให้หลักสูตรฯ จัดทำแผนรับอาจารย์ใหม่ ซึ่งทางหลักสูตรฯ มีการประชุมการรับและแต่งตั้งอาจารย์ใหม่ประจำหลักสูตรฯ โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

4.1.2.1 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการตลาด (เท่านั้น)

4.1.2.2 มีผลงานวิจัยทางการตลาด (จะได้รับพิจารณาเป็นพิเศษ)

4.1.2.3 อายุไม่เกิน 35 ปี

4.1.3 หลักสูตรฯ เสนอคุณสมบัติไปยังมหาวิทยาลัย เพื่อประกาศรับสมัครอาจารย์ใหม่พร้อมทั้งมหาวิทยาลัยได้กำหนดรายละเอียดการรับอาจารย์ใหม่

4.1.4 มหาวิทยาลัยประกาศรับสมัครอาจารย์ใหม่ ตามระเบียบของมหาวิทยาลัยโดยคัดสรรตาม กระบวนการตามคุณลักษณะที่กำหนด และประกาศรายชื่อผู้สอบ ซึ่งมีหลักเกณฑ์และวิธีการสอบ คัดเลือกดังต่อไปนี้

- | | |
|--|-----------------|
| 1) ทดสอบความสามารถด้านการใช้ภาษาอังกฤษ | คะแนน 100 คะแนน |
| 2) ภาควิชาความรู้ ความสามารถเฉพาะตำแหน่ง | คะแนน 100 คะแนน |
| สอบข้อเขียนความรู้ในสาขาวิชาที่สมัคร | คะแนน 50 คะแนน |
| ทดสอบภาคปฏิบัติการสอน | คะแนน 50 คะแนน |
| 3) สอบสัมภาษณ์ | คะแนน 100 คะแนน |
| 4) เกณฑ์การตัดสินผล | |

- ผู้ที่ถือว่าเป็นผู้ผ่านการสอบคัดเลือกจะต้องเป็นผู้ที่ได้คะแนนในการสอบแต่ละภาค ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 จึงจะมีสิทธิ์เข้ารับการสอบสัมภาษณ์

- ผู้ที่ถือว่าเป็นผู้ผ่านการสอบคัดเลือก ต้องได้คะแนนการสอบทุกภาครวมกัน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60

4.1.5 มหาวิทยาลัยประกาศรายชื่อผู้ที่ผ่านการสอบคัดเลือก เพื่อเข้ารับการสอบสัมภาษณ์ ซึ่งดำเนินการโดยคณะกรรมการดำเนินการสอบสัมภาษณ์เพื่อวัดทัศนคติ บุคลิกภาพความเป็นครู การแก้ปัญหาและไหวพริบปฏิภาณ ซึ่งต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50

4.1.6 ทางมหาวิทยาลัยรับอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ ขออนุมัติและแต่งตั้งอาจารย์ประจำ หลักสูตรโดยผ่านทางสภามหาวิทยาลัย และนำรายชื่อเสนอ สกว. ตามลำดับต่อไป

4.1.7 กรรมการประจำหลักสูตรมีกระบวนการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร ที่ชัดเจน โปร่งใส ถูกต้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัย และเป็นไปตามคุณสมบัติของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา การตลาดที่กำหนดไว้

4.2 ระบบการบริหารอาจารย์

4.2.1 หลักสูตรฯ มีการสำรวจภาระงานของอาจารย์ประจำหลักสูตร เพื่อกำหนดแนวทาง วางแผน ปรับปรุงกระบวนการ สำหรับการบริหารอาจารย์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

4.2.2 หลักสูตรฯ มีการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ประจำสาขาวิชา การตลาด เพื่อกำหนดหน้าที่ ภาระงาน ที่รับผิดชอบ ประกอบด้วย

4.2.2.1 การกำหนดภาระงาน โดยหลักสูตรฯ ได้มอบหมายภาระงานอาจารย์ประจำ หลักสูตรดังต่อไปนี้

อาจารย์ประจำหลักสูตร ปีการศึกษา 2560 (ตำแหน่งทางวิชาการ)	คุณวุฒิ	หน้าที่ความรับผิดชอบในหลักสูตร
1. ผศ.ศรัณยา นาคแก้ว	บธ.ม. (การตลาด)	งานสอน งานวิชาการ และงานบริหารทั่วไป
2. นายศรายุทธ ทองหมั่น	บธ.ม. (การตลาด)	งานสอน งานกิจกรรม งานบริการวิชาชีพ
3. นางสาวนันทิศา ศิริกุล	บธ.ม. (การจัดการทั่วไป)	งานสอน งานประกันคุณภาพการศึกษา
4. นางภัทรินทร์ มรรคา	บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)	งานสอน งานประกันคุณภาพการศึกษา
5. นางปิยาภรณ์ ฌ ตะกั่วทุ่ง	บธ.ด.	งานสอน งานวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

4.2.2.2 การสนับสนุนผลงานอาจารย์ประจำหลักสูตร หลักสูตรฯ มีความยินดีสนับสนุนอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ และอาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด เพื่อเป็นการพัฒนาตนเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านพัฒนาประสิทธิภาพด้านการสอน เพื่อมุ่งสู่การสอนที่เป็นเลิศ การศึกษาในระดับปริญญาเอก

4.2.2.3 การสร้างขวัญและกำลังใจ ทางหลักสูตรฯ มีการทำงานที่แบ่งหน้าที่อย่างเป็นระบบ และช่วยเหลือการทำงานซึ่งกันและกัน เพื่อให้ทุกคนมีความสุขในการทำงาน มีการรับประทานอาหารร่วมกัน เพื่อได้พูดคุยเกี่ยวกับการทำงานซึ่งเปรียบเสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน

4.2.2.4 การปฏิบัติงานและประเมินผลการปฏิบัติงาน หลักสูตรฯ มีการปฏิบัติงานที่มีแผนรองรับ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับปฏิทินการศึกษาของมหาวิทยาลัย และมีการประเมินผลงานของอาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างโปร่งใส ชัดเจน โดยดูจากผลงาน ไม่ว่าจะเป็นด้านการสอน ภาระงานที่รับผิดชอบ งานวิจัย การพัฒนาตนเอง เป็นต้น

4.2.3 หลักสูตรฯ มีการวางแผนงานที่ชัดเจน ครอบคลุม แต่บางแผนงานไม่สามารถเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ เนื่องจากการปฏิบัติงานบางแผนงานต้องขยายระยะเวลาตามการเปลี่ยนแปลงปฏิทินการศึกษาของมหาวิทยาลัย และหลักสูตรฯ มีการประเมินความพึงพอใจของอาจารย์ประจำหลักสูตร

4.3 หลักสูตรมีระบบส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์

4.3.1 หลักสูตรฯ สรรวจแนวทางการพัฒนาอาจารย์ประจำหลักสูตร

4.3.2 หลักสูตรฯ ประชุมเพื่อวางแผนทางการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาอาจารย์ โดยมีการจัดสรรงบประมาณอย่างถูกต้อง โปร่งใส และที่ประชุมรับทราบเกี่ยวกับการจัดสรรงบประมาณแต่ละโครงการ หลักสูตรฯ ได้จัดทำแผนที่มาจากมติที่ประชุมเสนอแก่คณะ และมหาวิทยาลัยเมื่อคณะและมหาวิทยาลัยได้ทำการอนุมัติ หลักสูตรฯ จึงได้มีการดำเนินงานตามแผน ดังต่อไปนี้

4.3.2.1 ด้านวิชาการ หลักสูตรฯ มีการสนับสนุนให้อาจารย์ประจำหลักสูตรฯ มีการพัฒนาตนเองด้านการศึกษาต่อ การทำเอกสารประกอบการสอน

4.3.2.2 วิชาชีพ ด้านวิชาชีพการตลาดนั้น หลักสูตรฯ มีการสนับสนุนให้อาจารย์ค้นคว้าหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนสื่อการสอน ตำรา เพื่อให้อาจารย์ผู้สอนประจำหลักสูตร มีแนวทางการสอนที่หลากหลาย มีความคิดสร้างสรรค์ ไอเดียที่แปลกใหม่ สำหรับการจัดการเรียนการสอน เช่น การเข้าร่วมโครงการ Active Learning โครงการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 เป็นต้น พร้อมทั้งการปลูกฝังจรรยาบรรณวิชาชีพการตลาดแก่นักศึกษา

4.3.2.3 การวิจัย หลักสูตรฯ มีการสนับสนุนงานวิจัยโดยอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ โดยขอความร่วมมืออาจารย์ประจำหลักสูตรฯ ทำการวิจัย โดยทางหลักสูตรฯ คณะ และมหาวิทยาลัยมีเงินทุนสนับสนุน อีกทั้งการสนับสนุนอาจารย์เข้าร่วมโครงการอบรมการเขียนงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง

4.3.2.4 กิจกรรม การจัดการเรียนการสอนนั้น หลักสูตรฯ สนับสนุน ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนประยุกต์ทั้งวิชาการและกิจกรรม เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนไม่น่าเบื่อสำหรับนักศึกษา อีกทั้งเป็นการบูรณาการรายวิชาต่างๆ กับประสบการณ์โดยตรงของผู้สอน

4.3.3 หลักสูตรฯ มีการดำเนินงานตามแผนสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ในหลักสูตร และทุกโครงการที่ดำเนินงาน จะต้องมีการประเมินผลโครงการนั้น ๆ

4.3.4 หลักสูตรฯ จัดประชุม เพื่อทำการสรุปกระบวนการ การดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์พบว่า อาจารย์ในหลักสูตรมีภาระงานสอนและงานอื่น ๆ ค่อนข้างมาก จึงทำให้การพัฒนาทางด้านเอกสารประกอบการสอน หรืองานวิจัย ค่อนข้างน้อย

4.3.5 หลักสูตรฯ ส่งเสริม สนับสนุน สิ่งที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาอาจารย์เช่น สื่อการสอน หนังสือ ข้อมูลต่างๆ และมีมุมมองเกี่ยวกับการตลาดในห้องพักอาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ ห้อง 524 เพื่อให้ได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างอาจารย์ในหลักสูตรฯ และให้อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด ควรมีงานวิจัยคนละ 1 เรื่อง ในแต่ละปีการศึกษา

4.4 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร

คณาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และผู้สอนจะต้องประชุมร่วมกันในการวางแผนการจัดการเรียนการสอน ประเมินผลและให้ความเห็นชอบในการประเมินผลทุกรายวิชา เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเตรียมปรับปรุงหลักสูตร ตลอดจนปรึกษาหารือหรือแนวทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตร และได้บัณฑิตที่มีคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

4.5 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ

สำหรับอาจารย์พิเศษถือว่ามีความสำคัญ เพราะเป็นผู้ช่วยถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติให้นักศึกษา ในบางรายวิชาบังคับจึงต้องมีการเชิญอาจารย์พิเศษหรือวิทยากรมาบรรยายให้ความรู้แก่นักศึกษาและอาจารย์พิเศษนั้นไม่ว่าจะสอนทั้งรายวิชาหรือบางชั่วโมงจะต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ตรง หรือมีวุฒิการศึกษาอย่างน้อยปริญญาโท

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

5.1 สารของรายวิชาในหลักสูตร

5.1.1 การออกแบบหลักสูตรและสารรายวิชาในหลักสูตร มีกระบวนการดังต่อไปนี้:

1. หลักสูตรขออนุมัติโครงการปรับหลักสูตร
2. แต่งตั้งคณะกรรมการในการดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรและผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านตลาดจำนวน 3 ท่าน
3. จัดทำแบบสำรวจความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต เพื่อนำข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นมาใช้ประกอบการพิจารณา ปรับปรุงเนื้อหาสาระในรายวิชาและทำ SWOT
4. นำผลการวิเคราะห์มาร่างหลักสูตร
5. นำร่างหลักสูตรไปประชุมวิพากษ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องคือ ผู้ใช้บัณฑิต บัณฑิต ศิษย์เก่า และนักศึกษา
6. ปรับแก้ไขร่างหลักสูตรตามคำแนะนำ
7. เสนอหลักสูตรต่อคณะกรรมการกลั่นกรองระดับคณะ
8. นำเสนอหลักสูตรต่อคณะกรรมการหลักสูตรสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน ตรวจสอบรูปแบบหากมีข้อผิดพลาดแจ้งกรรมการในการดำเนินการ ปรับปรุงแก้ไขก่อนนำเสนอต่อสภาวิชาการ
9. เสนอหลักสูตรต่อสภาวิชาการมหาวิทยาลัย
10. เสนอหลักสูตรคณะกรรมการฝ่ายกลั่นกรองหลักสูตรของสภามหาวิทยาลัย
11. เสนอหลักสูตรต่อสภามหาวิทยาลัย
12. เสนอหลักสูตรต่อสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

5.1.2 การปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามความก้าวหน้าในศาสตร์สาขานั้นๆ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เมื่อมีประเด็นทางการตลาดแนวโน้มเกิดขึ้น หลักสูตรมีการประชุมร่วมกันเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อรายวิชาในหลักสูตร
2. เชิญผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับศาสตร์นั้น ๆ มาให้ความรู้กับอาจารย์ในหลักสูตร
3. ปรับปรุงข้อวิชาให้สอดคล้องกับศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลงแปลงหรือปรับรายละเอียดเนื้อหาวิชา
4. เสนอกรรมการคณะให้ความเห็นชอบ
5. เสนอสภาวิชาการ
6. เสนอสภามหาวิทยาลัย

7. เสนอสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

5.2 การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน

5.2.1 การกำหนดผู้สอนรายวิชาในหลักสูตร: ระบบและกลไกการกำหนดผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน

1. จัดประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรและร่วมกันวิเคราะห์ รายวิชาเพื่อกำหนดผู้สอน โดยพิจารณาจากความเชี่ยวชาญและผลงานทางวิชาการเป็นหลัก
2. ผู้สอนคนเดิมสอนไม่เกิน 2 รายวิชาต่อภาคเรียน ต่อ 1 กลุ่มผู้เรียน
3. เชี่ยวชาญการที่มีประสบการณ์จริง มาบรรยายในวิชาเอกบังคับ ไม่เกิน 6 ชั่วโมงต่อภาคเรียน
4. หลักสูตรทำรายงานข้อมูลสรุปการกำหนดผู้สอน
5. เสนอร่องอธิการบดี ผ่านคณบดี เพื่ออนุมัติ
6. ผู้สอนดำเนินการจัดทำ มคอ.3 ส่งหลักสูตร ก่อนเปิดภาคการศึกษา อย่างน้อย 30 วัน
7. ผู้สอนประเมินผลการเรียนของนักศึกษาและจัดทำ มคอ.5 ส่งหลักสูตร ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษา

8. หลักสูตรรวบรวมการจัดทำ มคอ.7 ภายใน 60 วันหลังสิ้นสุดภาคการศึกษา

5.2.2 การกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้ (มคอ.3 และ มคอ.4) : ระบบและกลไกการกำกับติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้(มคอ.3 และ มคอ.4) การจัดการเรียนการสอน

1. อาจารย์ผู้สอนศึกษารายละเอียด คำอธิบายรายวิชา Curriculum Mapping และกำหนดการส่ง มคอ.3 และ มคอ.4 ก่อนวันเปิดภาคเรียนอย่างน้อย 30 วัน
2. อาจารย์ผู้สอนจัดทำ มคอ.3 และ มคอ.4 และประกาศเป็นบันทึกให้ส่ง มคอ.3 ตามวันเวลาที่กำหนด
3. ประชุมคณะกรรมการหลักสูตรเพื่อตรวจสอบ มคอ.3 และ มคอ.4
4. เมื่อผ่านการกลั่นกรอง อาจารย์ผู้สอนดำเนินการจัดการเรียนการสอนตาม มคอ.3 และ มคอ.4
5. ประเมินระบบการกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการจัดทำแผนการเรียนรู้ มคอ.3 และ มคอ.4 ในหลักสูตร หลักสูตรการตลาด

5.2.3 การกำกับกระบวนการจัดการเรียนการสอน: หลักสูตร ได้มีการกำกับกระบวนการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ดังต่อไปนี้

1. อาจารย์ผู้สอนที่รับผิดชอบในรายวิชาที่สอน จัดทำ มคอ. 3 ที่มีกระบวนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นจุดศูนย์กลาง มีแนวทางการจัดการเรียนการสอนทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ เนื่องจาก

นักการตลาดปัจจุบัน มีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่งที่มีการเน้นการปฏิบัติและแนวความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความแตกต่างทางการตลาด

2. อาจารย์ผู้สอน ดำเนินการสอนตาม มคอ. 3 และเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา ผู้สอนต้องจัดทำ มคอ.5 เพื่อสรุปผลการจัดการเรียนการสอนว่าเป็นไปตาม มคอ.3 หรือไม่ พร้อมทั้งแผนการปรับปรุง สำหรับในภาคเรียนถัดไป โดยส่งที่ประธานหลักสูตร และประธานหลักสูตรมีการตรวจสอบ มคอ.5 อาทิเช่น

2.1 ผลการเรียนรู้ ซึ่งผู้สอนแต่ละรายวิชาจะต้องมีเกณฑ์การให้คะแนนที่ชัดเจน โปร่งใส มีหลักฐานมาภิบาลและนักศึกษาสามารถตรวจสอบคะแนนได้

2.2 มคอ.5 ของอาจารย์ผู้สอนทุกท่านจะต้องบันทึกปัญหาหรือแนวทางการแก้ไข เพื่อพัฒนา ปรับปรุง ให้มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน การวัดผล ตลอดจนองค์ความรู้ต่างๆ ที่ดียิ่งขึ้น

5.2.4 การบูรณาการการเรียนการสอนกับพันธกิจต่างๆ (การวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม) ในระดับปริญญาตรี:

1. คณะกรรมการหลักสูตรร่วมประชุมวางแผนการบูรณาการการเรียนการสอนกับพันธกิจต่าง ๆ

2. คณะกรรมการหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนประชุมเพื่อหาแนวทางการบูรณาการการเรียนการสอนกับพันธกิจต่าง ๆ ได้แก่

2.1 การวิจัย

2.2 การบริการทางวิชาการ

2.3 การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

3. อาจารย์ผู้สอนบูรณาการการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย และหลักสูตรมีการจัดกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับพันธกิจ

4. คณะกรรมการร่วมประชุมปรับปรุง พัฒนาแผนการบูรณาการการเรียนการสอนของหลักสูตร

5.2.4 การบูรณาการการเรียนการสอนกับพันธกิจต่างๆ (การวิจัย การบริการวิชาการทางสังคม และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม) ในระดับปริญญาตรี:

1. คณะกรรมการหลักสูตรประชุมวางแผนการบูรณาการการเรียนการสอนกับพันธกิจต่าง ๆ

2. คณะกรรมการหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนร่วมประชุมเพื่อหาแนวทางการบูรณาการการเรียนการสอนกับพันธกิจต่าง ๆ ได้แก่

2.1 การวิจัย

2.2 การบริการทางวิชาการ

2.3 การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

3. อาจารย์ผู้สอนบูรณาการการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย และหลักสูตรมีการจัดกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับพันธกิจ

4. คณะกรรมการร่วมประชุมปรับปรุง พัฒนาแผนการบูรณาการการเรียนการสอนของหลักสูตร

5.3 การประเมินผู้เรียน

5.3.1 การประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

ระบบและกลไกการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ หลักสูตรการจัดการการเป็นผู้ประกอบการมีการระบบและกลไกในการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ดังนี้

5.3.1.1 คณะกรรมการหลักสูตรร่วมประชุมวางแผนการประเมินผลการเรียนรู้ เพื่อกำหนดแนวปฏิบัติ เกณฑ์ และเครื่องมือในการประเมินผลการเรียนรู้ในแต่ละวิชาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- กำหนดให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการกำหนดสัดส่วนคะแนนการประเมินในรายวิชา
- กำหนดน้ำหนักสัดส่วนของการประเมินตามจุดเน้น (Curriculum mapping) ของรายวิชาตาม มคอ.2

- กำหนดให้ใช้เครื่องมือในการประเมินที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพเหมาะสมกับรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ เช่น การประเมินจากข้อสอบแบบอัตนัย แบบปรนัย การสอบแบบปฏิบัติ การประเมินจากการมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม การมีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา

- การประเมินผลการเรียนในรายวิชาที่มีหลายกลุ่มเรียนให้ได้ตามมาตรฐานเดียวกัน ถ้าในกรณีที่รายวิชาเดียวกันแต่มีหลายกลุ่มเรียน จะใช้การประชุมเพื่อจัดทำมคอ.3 และใช้ข้อสอบชุดเดียวกัน และแจ้งให้นักศึกษารับทราบอย่างชัดเจน

5.3.1.2 อาจารย์ผู้สอนนำแนวปฏิบัติ เกณฑ์ และเครื่องมือที่ได้จากการประชุมไปใช้ในการประเมินผลการเรียนรู้ในรายวิชาตามมาตรฐานคุณวุฒิ ด้าน 5

5.3.1.3 คณะกรรมการกำกับ ติดตาม และสรุปผลการดำเนินงานการสอนในรายวิชาตามมาตรฐานคุณวุฒิ ๓ ด้าน หลังจากเสร็จสิ้นการจัดการเรียนการสอน 5

5.3.1.4 คณะกรรมการประเมินระบบการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

5.3.1.5 คณะกรรมการนำผลจากการประเมินระบบการประเมินผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิมาปรับปรุงและพัฒนา

5.3.2 การตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

- 1.หลักสูตร มีการประชุมเพื่อวางแผนการตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- 2.หลักสูตร มอบนโยบายการประเมินให้อาจารย์ผู้สอนรับทราบและจัดทำ มคอ.3 เพื่อชี้แจงรายละเอียดกระบวนการจัดการเรียนการสอน โดยพิจารณาความเหมาะสมจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

3.อาจารย์ผู้สอนสรุปผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา และส่งไปยังหลักสูตร เพื่อทำการพิจารณา (มคอ.3 ควบคู่กับ มคอ.5) เพื่อดำเนินกระบวนการตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

4.หลักสูตร ทำการพิจารณาการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา หากบางรายวิชา พบว่านักศึกษามีผลการเรียนผิดปกติ อาจารย์ที่ปรึกษาจะต้องเรียกนักศึกษาเข้าพบ เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงการเรียน วางแผนลงทะเบียนเรียนหรืออื่นๆ ตามความเหมาะสม

5.3.3 การกำกับกับการประเมินการจัดการเรียนการสอนและการประเมินหลักสูตร มคอ.5 มคอ.6 และ มคอ.7

1. หลักสูตรประชุมเพื่อกำหนดเกณฑ์ให้ผู้สอนส่ง มคอ.5 มคอ.6 และ มคอ.7 โดย มคอ.5 ให้ส่งพร้อมกับผลการเรียนมาที่หลักสูตรภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษา

2. หลักสูตรทำหนังสือแจ้งอาจารย์ผู้สอนอีกครั้ง ในสัปดาห์สุดท้ายของการจัดการเรียนการสอน ก่อนสอบปลายภาค โดยให้อาจารย์ผู้สอนลงลายมือชื่อผู้รับทราบ พร้อมทั้งแจ้งด้วยว่าหากผู้สอนส่ง มคอ.5 และผลการเรียนช้ากว่าที่กำหนด จะต้องแจ้งต่อคณบดีเป็นลายลักษณ์อักษร

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน

6.1 การบริหารงบประมาณ

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มีระบบและกลไกในการจัดสรร การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย ตรวจสอบการเงินและงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดทำ แผนพัฒนาคุณภาพสาขาวิชาที่กำหนดโครงการ และกิจกรรมที่ชัดเจน มีรายละเอียดเกี่ยวกับการ วิเคราะห์ การจัดสรรงบประมาณสำหรับแต่ละโครงการ และกิจกรรมที่เป็นระบบ มีการควบคุมการ จ่ายให้เป็นไปตามวงเงินที่กำหนดในแผนพัฒนาโดยยึดหยุ่นตามสภาพจริงอยู่เสมอ รวมทั้งมีการ รายงานเพื่อให้การจ่ายงบประมาณเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มีการบริหาร ทรัพยากรการเรียนการสอนโดยใช้ทรัพยากรร่วมกันทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดย การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาเฉพาะด้านจะจัดให้อาจารย์ในสาขาวิชาเป็นผู้สอน ซึ่งมีคุณวุฒิ การศึกษาด้านการจัดการการเป็นนักการตลาด ส่วนรายวิชาอื่นๆ จะมีการจัดผู้สอนที่มีคุณวุฒิที่ เหมาะสมซึ่งเป็นอาจารย์ในสาขาวิชาอื่นๆ ของมหาวิทยาลัยเป็นผู้สอน

ทรัพยากรการเรียนการสอนด้านวัสดุ อุปกรณ์ สาขาวิชาจะจัดหาเพื่อการสนับสนุนการเรียน การสอนโดยใช้งบประมาณของสาขาวิชา

6.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

6.3.1 คณะและสาขาวิชาจัดสรรงบประมาณประจำปีในการจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอน ตำรา วารสารทางวิชาการ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

6.3.2 คณะและสาขาวิชาให้ผู้สอนเสนอความต้องการทรัพยากรเพื่อการจัดหา

6.3.3 คณะอาจารย์ร่วมกันประชุมเพื่อวางแผนจัดทำเสนองบประมาณครุภัณฑ์ และอุปกรณ์การเรียนการสอน

6.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

6.4.1 สำรวจความต้องการทรัพยากรการเรียนการสอนเป็นประจำทุกปีจากผู้สอน และผู้เรียน

6.4.2 ประเมินความพอเพียงของทรัพยากรการเรียนการสอนทุกรายวิชา

6.4.3 สรุปแหล่งทรัพยากรการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย คณะ และสาขาวิชา ที่ผู้สอนและผู้เรียนสามารถใช้บริการได้

6.5 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

6.5.1 การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

6.5.1.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

6.5.1.2 มีการกำหนดคุณสมบัติบุคลากรสนับสนุนให้ตรงตามภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ และมีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรี

6.5.1.3 ต้องผ่านการสอบแข่งขันที่ประกอบด้วย การสอบข้อเขียน และการสอบสัมภาษณ์ โดยให้ความสำคัญต่อความสามารถในการปฏิบัติงานตามตำแหน่ง และทัศนคติต่องานการให้บริการ อาจารย์และนักศึกษา

6.5.1.4 มหาวิทยาลัยออกกฎระเบียบในการบริหารทรัพยากรบุคคลสนับสนุนการเรียนการสอนให้ครบวงจร (รับสมัคร คัดเลือก บรรจุ ปฐมนิเทศ อบรม และพัฒนาบุคลากร การพิจารณาความดีความชอบ)

6.5.2 การเพิ่มทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน

6.5.2.1 บุคลากรสายสนับสนุนทุกตำแหน่ง ได้รับการอบรม สัมมนา เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และทักษะที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้การบริการแก่อาจารย์เป็นไปอย่างเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

6.5.2.2 สนับสนุนให้บุคลากรสายสนับสนุนได้ร่วมงานกับอาจารย์ในโครงการบริการวิชาการและโครงการวิจัยของสาขาวิชา

6.5.2.3 จัดระบบศึกษาดูงาน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการทำงานของหน่วยงานอื่นๆ หรือองค์กรอื่นๆ

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ผลการดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมาย ตัวบ่งชี้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง 2 ปีการศึกษา เกณฑ์การประเมินผ่าน ต้องมีการดำเนินงานอย่างน้อยร้อยละ 80 ของตัวบ่งชี้ที่ระบุไว้ในแต่ละปี ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน

ดัชนีบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีการศึกษา				
	2560	2561	2562	2563	2564
1. อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X
2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ หรือ มาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา (ถ้ามี)	X	X	X	X	X
3. มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่าง น้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาค การศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และ รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาค การศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	X	X	X	X	X
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ.3 และมคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปี การศึกษา	X	X	X	X	X
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว		X	X	X	X
8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศหรือ คำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	X	X	X	X	X

ดัชนีบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีการศึกษา				
	2560	2561	2562	2563	2564
9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/ หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	X	X	X	X	X
10. จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	X	X	X	X	X
11. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0				X	X
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0					X
รวมตัวบ่งชี้ (ข้อ) ในแต่ละปี	9	10	10	11	12
ตัวบ่งชี้บังคับ (ข้อที่)	1-5	1-5	1-5	1-5	1-5
ตัวบ่งชี้ต้องผ่านรวม (ข้อ)	8	8	8	9	10

หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินงานของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

อาจารย์ประจำหลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (มคอ.4) ที่รับผิดชอบ ก่อนเปิดภาคเรียน และแจกให้นักศึกษา มีเว็บไซต์ของสาขาวิชาเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เช่น การมอบหมายงาน การสอนถามข้อมูลหลังการเรียน เป็นต้น กำหนดให้แต่ละรายวิชา มีเอกสารประกอบการสอน หรือสื่อการสอนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในแต่ละรายวิชา มีการประเมินความรู้ผู้เรียนก่อน และหลังการเรียนทุกภาคเรียน เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแนวการสอนในครั้งต่อไป

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้กลยุทธ์การสอน

หลังการสอนกำหนดให้นักศึกษาทุกคนประเมินการสอนของคณาจารย์ทุกรายวิชา ผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และแจ้งผลการประเมินให้คณาจารย์ทราบในช่วงปิดภาคเรียน เพื่อให้ผู้สอนใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการสอนในภาคเรียนถัดไป

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

อาจารย์ประจำผู้รับผิดชอบหลักสูตร ดำเนินการสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการประเมินหลักสูตร ดังนี้

- 2.1 นักศึกษาชั้นปีที่ 4 และบัณฑิตใหม่ของสาขาวิชาการตลาด
- 2.2 ผู้ใช้บัณฑิต ประกอบด้วย นายจ้าง/หัวหน้างาน และหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสถานประกอบการ
- 2.3 ศิษย์เก่าของสาขาวิชาการตลาด
- 2.4 ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
- 2.5 อาจารย์ประจำผู้รับผิดชอบหลักสูตร

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

การประเมินผลคุณภาพการศึกษาประจำปี ตามดัชนีบ่งชี้ในหมวด 7 ข้อ 7 โดยผู้ประเมินระดับสาขาวิชาที่รับผิดชอบแต่งตั้ง

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุงหลักสูตร และแผนกลยุทธ์การสอน

รวบรวมข้อเสนอแนะและข้อมูลที่ได้จากการประเมินของนักศึกษา ผู้ใช้บัณฑิต และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำมาวิเคราะห์และกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์ในการปรับปรุงหลักสูตรในโอกาสต่อไป