

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ 11 ก.ย. 2564  
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
(หลักสูตรนานาชาติ)  
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563)  
คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงการรับรองหลักสูตรเท่านั้น  
(ไม่ใช่เอกสารที่เป็นทางการจาก สป.อว.)



**มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**

**KASETSART UNIVERSITY**  
BANGKOK, THAILAND

รหัสหลักสูตร สกอ. (14 หลัก)

25570021104082 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ 11 ก.ย. 2564  
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
(หลักสูตรนานาชาติ)  
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563)  
คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



## มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

| หน่วยงาน                   | คณะ                 | รหัสอ้างอิงเพื่อการติดตามหลักสูตร | รหัสหลักสูตร   | ชื่อหลักสูตร                                                                                                                  | ระดับการศึกษา | วันที่รับทราบ | ประเภทการดำเนินการ              |
|----------------------------|---------------------|-----------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------------------------|
| มหาวิทยาลัย<br>เกษตรศาสตร์ | คณะ<br>บริหารธุรกิจ | 25570021104082_2084_IP            | 25570021104082 | หลักสูตร<br>บริหารธุรกิจ<br>บัณฑิต<br>สาขา<br>วิชาการ<br>ตลาด<br>(หลักสูตร<br>นานาชาติ)<br>หลักสูตร<br>ปรับปรุง<br>(พ.ศ.2563) | ปริญญาตรี     | 11/09/2564    | ปรับปรุงตามกำหนด<br>รอบปรับปรุง |

สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ ...../...../.....

เมื่อวันที่ 25 ...../...../..... 2563

อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ 17 ...../...../..... 2563

แบบในการเสนอขอปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร

เพื่อเสนอมหาวิทยาลัย

การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) ฉบับ พ.ศ.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ 11 ก.ย. 2564  
โดยระบบ CHECO

1. หลักสูตรฉบับดังกล่าวนี้ ได้รับทราบ/รับรองการเปิดสอนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเมื่อวันที่ 17 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560 และได้รับอนุมัติเปิดสอนจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 26 เดือนมกราคม พ.ศ. 2558
2. สภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้อนุมัติการปรับปรุงแก้ไขครั้งนี้แล้ว ในคราวประชุม ครั้งที่ 5/2563 เมื่อวันที่ 25 ..... เดือน ..... พ.ศ. 2563
3. หลักสูตรปรับปรุงแก้ไขนี้ เริ่มใช้กับนิสิตรุ่นปีการศึกษา 2563 ตั้งแต่ภาคเรียนที่ 1 เป็นต้นไป
4. เหตุผลในการปรับปรุงแก้ไข
  - 4.1 เพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถของนิสิตในการประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม
  - 4.2 เพื่อให้มีรายวิชาที่พัฒนานิสิตในด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ ความรู้ความสามารถทั่วไป บุคลิกภาพและคุณธรรมจริยธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต
  - 4.3 เพื่อปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม
  - 4.4 เพื่อเพิ่มพูนความรู้เชิงวิชาการเพื่อเป็นรากฐานในการค้นคว้าและวิจัยในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
5. สาระในการปรับปรุงแก้ไข
  - 5.1 ลดจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรจากไม่น้อยกว่า 132 หน่วยกิต เป็นไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และปรับจำนวนหน่วยกิต ดังนี้
    - ลดจำนวนหน่วยกิต หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จากเดิมไม่น้อยกว่า 32 หน่วยกิต เป็นไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
    - ลดจำนวนหน่วยกิตรวม หมวดวิชาเฉพาะ จากเดิมไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต เป็นไม่น้อยกว่า 84 หน่วยกิต
    - เพิ่มจำนวนหน่วยกิตวิชาเฉพาะบังคับ จากเดิม 31 หน่วยกิต เป็น 54 หน่วยกิต และเพิ่มจำนวนหน่วยกิตวิชาเฉพาะเลือกจากเดิมไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต เป็นไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
  - 5.2 ยกเลิกวิชาแกน
  - 5.3 ปรับโครงสร้างหมวดวิชาศึกษาทั่วไปใหม่จาก 5 กลุ่มวิชา เป็น 5 กลุ่มสาระ
  - 5.4 เปลี่ยนเลขรหัสประจำวิชาลำดับที่ 3-5 จาก 134 เป็น 136
  - 5.5 เปิดรายวิชาใหม่ จำนวน 15 วิชา ดังนี้

|                                     |          |
|-------------------------------------|----------|
| 01136112 การตลาดและกฎหมาย           | 3(3-0-6) |
| 01136211 สถิติสำหรับการตลาด         | 3(3-0-6) |
| 01136311 การตลาดเพื่อความยั่งยืน    | 3(3-0-6) |
| 01136312 การตลาดเชิงสร้างสรรค์      | 3(3-0-6) |
| 01136321 การตลาดผู้ประกอบการ        | 3(3-0-6) |
| 01136322 การตลาดเชิงกิจกรรมพิเศษ    | 3(3-0-6) |
| 01136323 การตลาดธุรกิจด้านสุขภาพ    | 3(3-0-6) |
| 01136411 การตลาดในยุคการเปลี่ยนแปลง | 3(3-0-6) |

|                                        |                                                         |          |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------|
| 01136412                               | การศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ                         | 1-6      |
| 01136421                               | องค์ความรู้ด้านธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ | 1-15     |
| 01136490                               | สหกิจศึกษา                                              | 6        |
| 01136492                               | ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด                             | 1        |
| 01136496                               | เรื่องเฉพาะทางการตลาด                                   | 3(3-0-6) |
| 01136497                               | สัมมนา                                                  | 1        |
| 01136498                               | ปัญหาพิเศษ                                              | 3        |
| 5.6 เพิ่มรายวิชา จำนวน 3 วิชา คือ      |                                                         |          |
| 01134325                               | การตลาดการท่องเที่ยว                                    | 3(3-0-6) |
| 01134333                               | การตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรม                                | 3(3-0-6) |
| 01999111                               | ศาสตร์แห่งแผ่นดิน                                       | 2(2-0-4) |
| 5.7 ยกเลิกรายวิชา จำนวน 10 วิชา ดังนี้ |                                                         |          |
| 01101182                               | เศรษฐศาสตร์มหภาค I                                      | 3(3-0-6) |
| 01130172                               | การบัญชีเพื่อการจัดการ                                  | 3(3-0-6) |
| 01132142                               | ธุรกิจและสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย                           | 3(3-0-6) |
| 01132231                               | สถิติธุรกิจ                                             | 3(3-0-6) |
| 01132332                               | การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ         | 3(3-0-6) |
| 01132342                               | ระบบภาษีอากรธุรกิจ                                      | 3(3-0-6) |
| 01132413                               | การจัดการเชิงกลยุทธ์                                    | 3(3-0-6) |
| 01134490                               | สหกิจศึกษา                                              | 6        |
| 01134497                               | สัมมนา                                                  | 1        |
| 01134498                               | ปัญหาพิเศษ                                              | 3        |

5.8 ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม กับหลักสูตรปรับปรุง

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2558                                                                      | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563                                                                                          | สิ่งที่เปลี่ยนแปลง    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 132 หน่วยกิต                                       | จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต                                                               | - ลดหน่วยกิต          |
| 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 32 หน่วยกิต                                              | 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต                                                                      | - ลดหน่วยกิต          |
| 1.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ 6 หน่วยกิต                                            |                                                                                                                     | - ยกเลิกโครงสร้างเดิม |
| ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่ม<br>วิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ไม่น้อยกว่า หน่วยกิต 6 |                                                                                                                     |                       |
| 1.2 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 6 หน่วยกิต                                                         |                                                                                                                     |                       |
| ให้เลือกรายวิชาในหมวดศึกษาทั่วไปกลุ่ม<br>วิชาสังคมศาสตร์ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต              |                                                                                                                     |                       |
| 1.3 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 3 หน่วยกิต                                                         |                                                                                                                     |                       |
| ให้เลือกรายวิชาในหมวดศึกษาทั่วไปกลุ่ม<br>วิชามนุษยศาสตร์ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต              |                                                                                                                     |                       |
| 1.4 กลุ่มวิชาภาษา 15 หน่วยกิต                                                               |                                                                                                                     |                       |
| ให้เลือกรายวิชาในกลุ่มภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่                                        |                                                                                                                     |                       |
| 1 ภาษาไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต และเลือกภาษาต่างประเทศ                                         |                                                                                                                     |                       |
| 1 ภาษาไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต                                                                |                                                                                                                     |                       |
| 1.5 กลุ่มวิชาพลศึกษา 2 หน่วยกิต                                                             |                                                                                                                     |                       |
| 01175๐๐๑ กิจกรรมพลศึกษา 1,1(0-2-1)                                                          | 1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต                                                                     | - ปรับโครงสร้างใหม่   |
|                                                                                             | 01175๐๐๑ กิจกรรมพลศึกษา 1(0-2-1)                                                                                    |                       |
|                                                                                             | และให้นิสิตเลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต จากรายวิชาใน<br>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข             |                       |
|                                                                                             | 1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต                                                          |                       |
|                                                                                             | ให้นิสิตเลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชา<br>ในหมวดศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ |                       |
|                                                                                             | 1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร 13 หน่วยกิต                                                                          |                       |
|                                                                                             | วิชาภาษาไทย 3(- -)                                                                                                  |                       |
|                                                                                             | วิชาภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่ 1 ภาษา 9(- -)                                                                    |                       |
|                                                                                             | วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ 3(- -)                                                                                     |                       |
|                                                                                             | 1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต                                                         |                       |
|                                                                                             | 01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4)                                                                                 | - เพิ่มวิชา           |
|                                                                                             | และให้นิสิตเลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิตจากรายวิชาใน<br>หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก  |                       |
|                                                                                             | 1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต                                                                   |                       |
|                                                                                             | ให้นิสิตเลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชา<br>ศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์                |                       |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2558                                   |             |             | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563                 |             |             | สิ่งที่เปลี่ยนแปลง                            |
|----------------------------------------------------------|-------------|-------------|--------------------------------------------|-------------|-------------|-----------------------------------------------|
| 2. หมวดวิชาเฉพาะ                                         | ไม่น้อยกว่า | 94 หน่วยกิต | 2. หมวดวิชาเฉพาะ                           | ไม่น้อยกว่า | 84 หน่วยกิต | - ลดหน่วยกิต                                  |
| - วิชาแกน                                                |             | 39 หน่วยกิต |                                            |             |             | - ยกเลิก                                      |
| 01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I                             |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ย้ายไปวิชาเฉพาะ บัณฑิต                      |
| 01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I                              |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ยกเลิกรายวิชา                               |
| 01130171 การบัญชีการเงิน                                 |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ย้ายไปเฉพาะ บัณฑิต                          |
| 01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ                          |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ยกเลิกรายวิชา                               |
| 01131211 การเงินธุรกิจ                                   |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ย้ายไปวิชาเฉพาะ บัณฑิต                      |
| 01132111 หลักการจัดการ                                   |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ย้ายไปวิชาเฉพาะ บัณฑิต                      |
| 01132142 ธุรกิจและสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย                   |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ยกเลิกรายวิชา                               |
| 01132231 สถิติธุรกิจ                                     |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ยกเลิกรายวิชา                               |
| 01132332 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ยกเลิกรายวิชา                               |
| 01132342 ระบบภาษีอากรธุรกิจ                              |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ยกเลิกรายวิชา                               |
| 01132413 การจัดการเชิงกลยุทธ์                            |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ยกเลิกรายวิชา                               |
| 01133211 การจัดการผลิต                                   |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ย้ายไปวิชาเฉพาะ บัณฑิต                      |
| 01134111 หลักการตลาด                                     |             | 3(3-0-6)    |                                            |             |             | - ย้ายไปวิชาเฉพาะ บัณฑิต                      |
| - วิชาเฉพาะบัณฑิต                                        |             | 31 หน่วยกิต | - วิชาเฉพาะบัณฑิต                          |             | 54 หน่วยกิต | - เพิ่มหน่วยกิต                               |
|                                                          |             |             | 01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I               | 3(3-0-6)    |             | - ย้ายมาจากวิชาแกน                            |
|                                                          |             |             | 01130171 การบัญชีการเงิน                   | 3(3-0-6)    |             | - ย้ายมาจากวิชาแกน                            |
|                                                          |             |             | 01131211 การเงินธุรกิจ                     | 3(3-0-6)    |             | - ย้ายมาจากวิชาแกน                            |
|                                                          |             |             | 01132111 หลักการจัดการ                     | 3(3-0-6)    |             | - ย้ายมาจากวิชาแกน                            |
|                                                          |             |             | 01133211 การจัดการการผลิต                  | 3(3-0-6)    |             | - ย้ายมาจากวิชาแกน และเปลี่ยนชื่อตามต้นสังกัด |
|                                                          |             |             | 01134111 หลักการตลาด                       | 3(3-0-6)    |             | - ย้ายมาจากวิชาแกน                            |
| 01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค                               | 3(3-0-6)    |             | 01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค                 | 3(3-0-6)    |             |                                               |
| 01134321 การตลาดระหว่างประเทศ                            | 3(3-0-6)    |             | 01134321 การตลาดระหว่างประเทศ              | 3(3-0-6)    |             |                                               |
|                                                          |             |             | 01134323 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์       | 3(3-0-6)    |             | - ย้ายมาจากวิชาเฉพาะเลือก                     |
| 01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา                          | 3(3-0-6)    |             | 01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา            | 3(3-0-6)    |             |                                               |
| 01134341 การจัดการช่องทางการตลาด                         | 3(3-0-6)    |             | 01134341 การจัดการช่องทางการตลาด           | 3(3-0-6)    |             |                                               |
| 01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ                    | 3(3-0-6)    |             | 01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ      | 3(3-0-6)    |             |                                               |
| 01134353 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์                         | 3(3-0-6)    |             |                                            |             |             | - ย้ายไปวิชาเฉพาะเลือก                        |
| 01134411 การจัดการการตลาด                                | 3(3-0-6)    |             |                                            |             |             | - ย้ายไปวิชาเฉพาะเลือก                        |
| 01134412 การพยากรณ์การขาย                                | 3(3-0-6)    |             |                                            |             |             | - ย้ายไปวิชาเฉพาะเลือก                        |
| 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด               | 3(3-0-6)    |             | 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด | 3(3-0-6)    |             |                                               |
| 01134497 สัมมนา                                          | 1           |             |                                            |             |             | - ยกเลิกรายวิชา                               |
|                                                          |             |             | 01136112 การตลาดและกฎหมาย                  | 3(3-0-6)    |             | - เปิดรายวิชาใหม่                             |
|                                                          |             |             | 01136211 สถิติสำหรับการตลาด                | 3(3-0-6)    |             | - เปิดรายวิชาใหม่                             |
|                                                          |             |             | 01136312 การตลาดเชิงสร้างสรรค์             | 3(3-0-6)    |             | - เปิดรายวิชาใหม่                             |
|                                                          |             |             | 01136321 การตลาดผู้ประกอบการ               | 3(3-0-6)    |             | - เปิดรายวิชาใหม่                             |
| 01134498 ปัญหาพิเศษ                                      | 3           |             | 01136498 ปัญหาพิเศษ                        | 3           |             | - ยกเลิกรายวิชา                               |
|                                                          |             |             |                                            |             |             | - เปิดรายวิชาใหม่                             |

| หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2558                                                                  |                                                 |          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563                                                              |                                                         |          | สิ่งที่เปลี่ยนแปลง        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------|---------------------------|
| - วิชาเฉพาะเลือก                                                                        | ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต                         |          | - วิชาเฉพาะเลือก                                                                        | ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต                                 |          | - เพิ่มหน่วยกิต           |
| ให้เลือกเรียนรายวิชาในสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาต่อไปนี้ |                                                 |          | ให้เลือกเรียนรายวิชาในสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาต่อไปนี้ |                                                         |          |                           |
| 01134311                                                                                | การจัดซื้อ                                      | 3(3-0-6) | 01134311                                                                                | การจัดซื้อ                                              | 3(3-0-6) |                           |
| 01134312                                                                                | การจัดการการขาย                                 | 3(3-0-6) | 01134312                                                                                | การจัดการการขาย                                         | 3(3-0-6) |                           |
| 01134314                                                                                | จรรยาบรรณทางการตลาด                             | 3(3-0-6) | 01134314                                                                                | จรรยาบรรณทางการตลาด                                     | 3(3-0-6) |                           |
| 01134315                                                                                | การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม | 3(3-0-6) | 01134315                                                                                | การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม         | 3(3-0-6) |                           |
| 01134322                                                                                | การตลาดอิเล็กทรอนิกส์                           | 3(3-0-6) | 01134322                                                                                | การตลาดดิจิทัล                                          | 3(3-0-6) | - เปลี่ยนชื่อตามต้นสังกัด |
| 01134323                                                                                | การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์                     | 3(2-2-5) |                                                                                         |                                                         |          | - ย้ายไปเป็นเฉพาะบังคับ   |
| 01134324                                                                                | การตลาดกีฬา                                     | 3(3-0-6) | 01134324                                                                                | การตลาดกีฬา                                             | 3(3-0-6) |                           |
|                                                                                         |                                                 |          | 01134325                                                                                | การตลาดการท่องเที่ยว                                    | 3(3-0-6) | - เพิ่มรายวิชา            |
|                                                                                         |                                                 |          | 01134333                                                                                | การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา                                  | 3(3-0-6) | - เพิ่มรายวิชา            |
| 01134342                                                                                | การค้าปลีก                                      | 3(3-0-6) | 01134342                                                                                | การค้าปลีก                                              | 3(3-0-6) |                           |
|                                                                                         |                                                 |          | 01134353                                                                                | การบริหารลูกค้าสัมพันธ์                                 | 3(3-0-6) | - ย้ายมาจากเฉพาะบังคับ    |
| 01134354                                                                                | ศิลปะการขาย                                     | 3(3-0-6) | 01134354                                                                                | ศิลปะการขาย                                             | 3(3-0-6) |                           |
| 01134355                                                                                | การส่งเสริมการขาย                               | 3(3-0-6) | 01134355                                                                                | การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม                      | 3(2-2-5) | - เปลี่ยนชื่อตามต้นสังกัด |
| 01134356                                                                                | การโฆษณา                                        | 3(3-0-6) | 01134356                                                                                | การโฆษณา                                                | 3(3-0-6) |                           |
|                                                                                         |                                                 |          | 01134411                                                                                | การจัดการการตลาด                                        | 3(3-0-6) | - ย้ายมาจากเฉพาะบังคับ    |
|                                                                                         |                                                 |          | 01134412                                                                                | การพยากรณ์การขาย                                        | 3(3-0-6) | - ย้ายมาจากเฉพาะบังคับ    |
| 01134413                                                                                | การตลาดและการตัดสินใจ                           | 3(3-0-6) | 01134413                                                                                | การตลาดและการตัดสินใจ                                   | 3(3-0-6) |                           |
| 01134421                                                                                | การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า                | 3(3-0-6) | 01134421                                                                                | การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า                        | 3(3-0-6) |                           |
| 01134422                                                                                | การตลาดบริการ                                   | 3(3-0-6) | 01134422                                                                                | การตลาดบริการ                                           | 3(3-0-6) |                           |
| 01134423                                                                                | การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ                          | 3(3-0-6) | 01134423                                                                                | การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ                                  | 3(3-0-6) |                           |
| 01134431                                                                                | การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์                      | 3(3-0-6) | 01134431                                                                                | การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์                              | 3(3-0-6) |                           |
| 01134432                                                                                | กลยุทธ์ราคา                                     | 3(3-0-6) | 01134432                                                                                | กลยุทธ์ราคา                                             | 3(3-0-6) |                           |
| 01134442                                                                                | หลักการจัดการลอจิสติกส์                         | 3(3-0-6) | 01134442                                                                                | หลักการจัดการโลจิสติกส์                                 | 3(3-0-6) | - เปลี่ยนชื่อตามต้นสังกัด |
|                                                                                         |                                                 |          | 01136311                                                                                | การตลาดเพื่อความยั่งยืน                                 | 3(3-0-6) | - เปิดรายวิชาใหม่         |
|                                                                                         |                                                 |          | 01136322                                                                                | การตลาดเชิงกิจกรรมพิเศษ                                 | 3(3-0-6) | - เปิดรายวิชาใหม่         |
|                                                                                         |                                                 |          | 01136323                                                                                | การตลาดธุรกิจด้านสุขภาพ                                 | 3(3-0-6) | - เปิดรายวิชาใหม่         |
|                                                                                         |                                                 |          | 01136411                                                                                | การตลาดในยุคการเปลี่ยนแปลง                              | 3(3-0-6) | - เปิดรายวิชาใหม่         |
| 01134490                                                                                | สหกิจศึกษา                                      | 6        | 01136412                                                                                | การศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ                         | 1-6      | - ยกเลิกรายวิชา           |
|                                                                                         |                                                 |          | 01136421                                                                                | องค์ความรู้ด้านธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ | 1-15     | - เปิดรายวิชาใหม่         |
|                                                                                         |                                                 |          | 01136490                                                                                | สหกิจศึกษา                                              | 6        | - เปิดรายวิชาใหม่         |
|                                                                                         |                                                 |          | 01136492                                                                                | ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด                             | 3        | - เปิดรายวิชาใหม่         |
|                                                                                         |                                                 |          | 01136496                                                                                | เรื่องเฉพาะทางการตลาด                                   | 3        | - เปิดรายวิชาใหม่         |
|                                                                                         |                                                 |          | 01136497                                                                                | สัมมนา                                                  | 1        | - เปิดรายวิชาใหม่         |
| 3. หมวดวิชาเลือกเสรี                                                                    | ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต                          |          | 3. หมวดวิชาเลือกเสรี                                                                    | ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต                                  |          |                           |

6. โครงสร้างของหลักสูตรภายหลังปรับปรุงแก้ไข เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างเดิมและเกณฑ์มาตรฐาน  
หลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ของกระทรวงศึกษาธิการ ปรากฏดังนี้

| หมวดวิชา               | เกณฑ์กระทรวงศึกษาธิการ   | โครงสร้างเดิม            | โครงสร้างใหม่            |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป | ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  | ไม่น้อยกว่า 32 หน่วยกิต  | ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  |
| 2. หมวดวิชาเฉพาะ       | ไม่น้อยกว่า 72 หน่วยกิต  | ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต  | ไม่น้อยกว่า 84 หน่วยกิต  |
| -วิชาแกน               |                          | 39 หน่วยกิต              |                          |
| -วิชาเฉพาะบังคับ       |                          | 31 หน่วยกิต              | 54 หน่วยกิต              |
| -วิชาเฉพาะเลือก        |                          | ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต  | ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  |
| 3. หมวดวิชาเลือกเสรี   | ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต   | ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต   | ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต   |
| หน่วยกิตรวม            | ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต | ไม่น้อยกว่า 132 หน่วยกิต | ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต |

7. หลักสูตร

มคอ. ๒๑. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ .....๕...../.....๒๕๖๓.....

เมื่อวันที่ .....๒๕...../.....พฤษภาคม...../.....๒๕๖๓.....

อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่.....๒๕.....พฤษภาคม ๒๕๖๓.....

มคอ. ๒

รายละเอียดของหลักสูตร  
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๓

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ 11 ก.ย. ๒๕๖4  
โดยระบบ CHECO

1. รหัสและชื่อหลักสูตร  
รหัสหลักสูตร 2557 00211 04082  
ชื่อหลักสูตรภาษาไทย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)  
ชื่อหลักสูตรภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Marketing  
(International Program)

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา  
ชื่อเต็ม บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)  
ชื่อย่อ บธ.บ. (การตลาด)  
ชื่อเต็ม Bachelor of Business Administration (Marketing)  
ชื่อย่อ B.B.A (Marketing)

3. วิชาเอก (ถ้ามี) ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี

5.2 ภาษาที่ใช้ ภาษาอังกฤษ

5.3 การรับเข้าศึกษา รับทั้งนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติ

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น เป็นหลักสูตรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ ซึ่งหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ) ได้กำหนดให้นิสิตที่มีคุณสมบัติตรงตามที่โครงการฯ ระบุสามารถเลือกไปศึกษาต่อในชั้นปีที่ 4 ณ มหาวิทยาลัยคู่สัญญาในต่างประเทศ ที่ทำความร่วมมือกับโครงการฯ โดยนิสิตต้องลงทะเบียนในรายวิชา ที่มีเนื้อหาเทียบเคียงกับรายวิชาในหลักสูตรของโครงการฯ ให้ครบถ้วน ทั้งนี้รายชื่อมหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่ได้ตกลงทำความร่วมมือกับทางหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ) ในนามมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีดังนี้

1. Radboud University Nijmegen, the Netherlands
2. University of Montpellier, France
3. Cologne School of Business (CBS), Germany
4. Haute école de gestion Genève (HEG), Geneva, Switzerland
5. University of Applied Sciences and Arts Northwestern Switzerland, School of Business, Switzerland
6. Amsterdam University of Applied Sciences, Faculty of Business & Economics, the Netherlands

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ 11 ก.ย. 2564  
โดยระบบ CHECO

7. Sophia University, Japan

8. Meiji University, Japan

9. Foshan University, China

10. Universita'della Svizzera italiana, Switzerland

ทั้งนี้หลักเกณฑ์การอนุมัติขึ้นอยู่กับหลักสูตรของแต่ละมหาวิทยาลัยที่มีความร่วมมือกับหลักสูตร

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

สถานภาพของหลักสูตร

- หลักสูตรปรับปรุง กำหนดเปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2563

- ปรับปรุงจากหลักสูตร ชื่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)

- เริ่มใช้มาตั้งแต่ปีการศึกษา 2558

การพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ได้พิจารณาถ้อยแถลงโดยคณะกรรมการวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ ๘/๒๕๖๓  
เมื่อวันที่ ๖ พฤษภาคม ๒๕๖๓

- ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ ๕/๒๕๖๓  
เมื่อวันที่ ๒๕ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๓

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐาน

คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2565

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

8.1 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว

8.2 เจ้าหน้าที่การตลาด

8.3 นักวิเคราะห์ตลาด

8.4 เจ้าหน้าที่วางแผนการตลาด

8.5 เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ

8.6 พนักงานแนะนำสินค้า

8.7 พนักงานขาย

8.8 เจ้าหน้าที่ค้าส่ง-ค้าปลีก

8.9 นักโฆษณา

8.10 ที่ปรึกษาทางการตลาด

8.11 ครู อาจารย์ด้านการตลาด

8.12 นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

8.13 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

คณะกรรมการการศึกษาฯ  
ให้ความเห็นชอบแล้ว  
ครั้งที่ ๑/๒๕๖๓ วันที่ ๑๓ มิ.ย. ๖๓

9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ 11 ก.ย. 2564  
โดยระบบ CHECO

## 10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

เฉพาะในสถาบัน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

## 11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

### 11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ภายนอกหลายรูปแบบที่สะท้อนและมีผลกระทบต่อการวางแผนหลักสูตรให้สอดคล้องและสามารถสร้างสรรค์และถ่ายทอดความรู้ให้ทันโลกนำไปใช้บริหารธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ได้ ประกอบด้วย

11.1.1 สืบเนื่องจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๖๕ กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติ การจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๐ นั้น โดยมีเป้าหมายพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อุตสาหกรรมและบริการไทยต้องพร้อมรับมือและ สร้างโอกาสจากความท้าทายที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ ๔ ที่เป็นผลของการหลอม เทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีทางกายภาพเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วเป็นวงกว้างและลึกซึ้งทั้งระบบอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพื้นฐานโครงสร้างอุตสาหกรรมและบริการ และขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี แห่งอนาคต เพิ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้ตามความต้องการของตลาด สร้างระบบนิเวศ อุตสาหกรรมและบริการที่เหมาะสม และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอย่างยั่งยืน ซึ่งหลักสูตรด้านการตลาดมุ่งเน้นในการพัฒนาบัณฑิตให้มีทั้งความรู้และทักษะในการพัฒนาสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ เพื่อต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

11.1.2 การเกิดสาขาอุตสาหกรรมและบริการใหม่ ๆ ได้แก่ (1) กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกล ที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (4) กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยี สมองกลฝังตัว และ (5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง รวมทั้งรูปแบบและกระบวนการ ประกอบธุรกิจบริการจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและหลากหลาย รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการมีวัฏจักรชีวิตสั้นลง การแข่งขันในตลาดอยู่บนฐานของการใช้นวัตกรรมทั้งในกระบวนการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมด้านตลาดและการบริหารจัดการ

11.1.3 การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การปฏิวัติยุคดิจิทัลทำให้เกิดยุคของข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ที่อาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มากขึ้น นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาระบบเครือข่ายทางสังคม เช่น Facebook, Twitter, Youtube, Line เป็นต้น ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาจะต้องนำสิ่งเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้

### 11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

11.2.1 ภายใต้พระราชบัญญัติ การอุดมศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒ มาตรา ๒๗ สถาบันอุดมศึกษาต้องดำเนินการให้คณาจารย์และบุคลากรอื่นมีความรู้เท่าทัน ความก้าวหน้าทางวิชาการในโลก พัฒนาการเรียนการสอน การวิจัยให้ทันสมัยสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง ทางวิชาการ ความเปลี่ยนแปลงของโลก สังคม และเทคโนโลยี และส่งเสริมและสนับสนุนการผลิต ผลงานทางวิชาการในระดับชาติและระดับนานาชาติ และมาตรา ๒๘ สถาบันอุดมศึกษาพึงส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และชุมชน นำความรู้ ผลงานวิจัย หรือนวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาไปใช้ประโยชน์ อย่างกว้างขวาง สถาบันอุดมศึกษาต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำความรู้ ผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ ในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ให้กับประเทศ

11.2.2 การแพร่หลายทางวัฒนธรรมเนื่องจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและความก้าวหน้าของการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีนั้น ส่งผลให้นิสิตมีการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันก็ต้องเป็นผู้ที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยอันดีงามสู่สายตาประชาคมโลก กล่าวคือ นิสิตได้เรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่หลากหลายขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การศึกษาวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ต่อไป จากการชมตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาการศึกษาตัวสินค้าและการศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์และวางแผนการตลาด

## 12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

### 12.1 การพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรด้านการตลาดมุ่งเน้นในการพัฒนาบัณฑิตให้มีทั้งความรู้และทักษะในการพัฒนาสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ เพื่อต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านวิชาการ ความรู้ ประสบการณ์ในระดับนานาชาติมากขึ้น ดังนั้นจึงต้องเปิดโอกาสให้นิสิตได้เลือกเรียนกลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศเพิ่มเติม ผลกระทบจากการสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ส่งผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงรายวิชาและหลักสูตรโดยเน้นความหลากหลายและเสรีในสาขาวิชาการตลาดมากขึ้น และมีความกระชับโดยผนวกรวมวิชาแกนเข้ากับวิชาเฉพาะบังคับ รวม 84 หน่วยกิต นอกจากนี้เพิ่มหน่วยกิตวิชาเฉพาะเลือกเพิ่มจากเดิมไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต เป็นไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการศึกษาเสริมนอกห้องเรียนทางการตลาดและการประยุกต์ใช้เครื่องมือกับยุคดิจิทัล การร่วมกิจกรรมกับสถาบันต่างประเทศ การปรับปรุงรายวิชา โดยพัฒนาวิชาใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เช่น การตลาดเพื่อความยั่งยืน การตลาดเชิงสร้างสรรค์ การตลาดผู้ประกอบการ องค์ความรู้จากการเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ การตลาดเชิงกิจกรรมพิเศษ ตลาดสำหรับธุรกิจด้านสุขภาพ การตลาดในยุคการเปลี่ยนแปลง ประเด็นพิเศษทางการตลาด และ การศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ

### 12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมนั้น ส่งผลให้ต้องมีการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย ตลอดจนการผลิตบัณฑิตที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการที่มุ่งมั่นแสวงหา และพัฒนาความรู้ให้เกิดความเจริญงอกงามทางภูมิปัญญาที่เพียบพร้อมด้วยหลักวิชาการ จริยธรรมและคุณธรรม ตลอดจนเป็นผู้ชี้นำทิศทางการพัฒนาที่ดีของสังคมเพื่อความคงอยู่ ความเจริญและความเป็นอารยะของชาติ นอกจากนั้นยังมุ่งมั่นให้มีความเป็นเลิศทางวิชาการระดับนานาชาติ มีผลงานเป็นที่ยอมรับของสากล เป็นแกนนำในการระดมภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และสร้างคุณค่าแก่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างและพัฒนางองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อให้คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต และประชาชน มีศักยภาพด้านบริหารธุรกิจระดับนานาชาติ โดยมีมนุษยสัมพันธ์ คุณธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้นการปรับปรุงหลักสูตรจึงต้องพัฒนาความรู้ความสามารถ ตลอดจนการปลูกฝังผู้เรียนให้มีคุณธรรม จริยธรรม และมีความเป็นพลเมืองนานาชาติ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคมและประเทศชาติ

### 13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

#### 13.1 หมวดวิชา/กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตร ที่เปิดสอนโดย คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

- รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะที่สอนโดยคณะเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาการเงิน ภาควิชาการจัดการ ภาควิชาการจัดการการผลิตและภาควิชาบัญชี

#### 13.2 หมวดวิชา/กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตร ที่เปิดสอนให้ คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น ไม่มี

#### 13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ทำหน้าที่วางแผนการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาในหลักสูตร คณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการศึกษาของคณะฯ และอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชารวบรวมข้อมูล สำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนารายวิชาดังกล่าวให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

### หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

#### 1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

##### 1. ปรัชญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) เป็นหลักสูตรที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจที่แสวงหาบัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดระดับนานาชาติ และหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) มีปณิธานมุ่งมั่น เสาะแสวงหา และพัฒนาความรู้ด้านสาขาวิชาการตลาดอันเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ สังคมให้เกิดความเจริญงอกงามทางภูมิปัญญาที่เพียบพร้อมด้วย วิชาการจริยธรรมและคุณธรรม ตลอดจน เป็นผู้ชี้นำทิศทางการพัฒนาที่ดีของสังคมไทย

##### 2. ความสำคัญ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ) พัฒนาบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด ให้มีคุณสมบัติและคุณภาพและเป็นที่ยอมรับทัดเทียมกับคู่แข่งชั้นในระดับประเทศและระดับสากล

##### 3. วัตถุประสงค์

1. เพื่อผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาดทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้มีคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการและมีความคิดสร้างสรรค์

2. เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ ด้านการตลาด อันเป็นพื้นฐานการศึกษา ค้นคว้า วิจัยในสาขาที่เกี่ยวข้องในระดับภูมิภาคและนานาชาติ

#### 2. แผนพัฒนาปรับปรุง

| แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง                                                                                                         | กลยุทธ์                                                         | หลักฐาน/ตัวบ่งชี้                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 1. ปรับปรุงหลักสูตรใหม่อย่างน้อย ทุก ๆ 5 ปี ให้มีมาตรฐานตาม ข้อกำหนดของ สกอ. และ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ บัณฑิตและสังคม | การจัดทำวิจัยสถาบัน เพื่อรองรับ การพัฒนาหลักสูตรตามรอบ ระยะเวลา | - รายงานวิจัยสถาบัน<br>- เอกสารการปรับปรุงการสอน             |
| แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง                                                                                                         | กลยุทธ์                                                         | หลักฐาน/ตัวบ่งชี้                                            |
| 2. พัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้ ทันสมัยสอดคล้องกับ ความ ต้องการของตลาด                                                              | จัดสัมมนาความเห็นชอบจากผู้ ใช้ บัณฑิต และนักวิชาการ             | รายงานการเข้าร่วม/จัดสัมมนา ร่วมกับผู้ประกอบการ และ คณาจารย์ |

### หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการและโครงสร้างของหลักสูตร

#### 1. ระบบการจัดการศึกษา

##### 1.1 ระบบ

ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

##### 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ไม่มี

##### 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

#### 2. การดำเนินการหลักสูตร

##### 2.1 วัน – เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วัน-เวลาราชการ

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม – เดือนธันวาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนมกราคม – เดือนพฤษภาคม

##### 2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ต้องเป็นผู้สำเร็จชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า และไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้มีความประพฤติเสียหายอย่างร้ายแรง
2. เป็นคนวิกลจริต
3. เป็นโรคติดต่อร้ายแรง หรือโรคสำคัญที่เป็นอุปสรรคขัดขวางต่อการศึกษา
4. ถูกตัดชื่อออกจากสถานศึกษา เพราะกระทำความผิดทางวินัย

2. ข้อกำหนดทักษะด้านภาษาอังกฤษ ที่ผู้สมัครทุกคนจะต้องแสดงหลักฐานความรู้ภาษาอังกฤษที่จะใช้ในการสมัคร

- O-NET (รหัส: 03) มากกว่า 85
- IELTS: คะแนนรวม มากกว่า 5
- TOEFL (paper-based): คะแนนรวม มากกว่า 547
- TOEFL (internet-based): คะแนนรวม มากกว่า 78
- TOEFL(Computer-based): คะแนนรวม มากกว่า 210
- KU-EPT: คะแนนรวม มากกว่า 70
- OOPT มากกว่า 80 หรือ มีการเรียนในระดับชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 1-6 อย่างน้อย 1

ปีการศึกษา ในต่างประเทศ

3. ผลคะแนน GPA ไม่ต่ำกว่า 2.5

##### 2.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

นิสิตบางส่วนยังไม่มีความพร้อมด้านการสื่อสารด้านภาษาอังกฤษ

##### 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนิสิตในข้อ 2.3

เพิ่มเกณฑ์การรับเข้าโดยให้มีคะแนนสอบวัดมาตรฐานด้านภาษาอังกฤษที่สูงขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหานิสิตที่มีทักษะด้านภาษาอังกฤษที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ส่วนนิสิตปัจจุบันมีการกระตุ้นให้สอบวัดมาตรฐานด้านภาษาอังกฤษเพิ่มเติม

## 2.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

| ปีที่                   | ปีการศึกษา |      |      |      |      |
|-------------------------|------------|------|------|------|------|
|                         | 2563       | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
| 1                       | 50         | 50   | 50   | 50   | 50   |
| 2                       |            | 50   | 50   | 50   | 50   |
| 3                       |            |      | 50   | 50   | 50   |
| 4                       |            |      |      | 50   | 50   |
| รวม                     | 50         | 100  | 150  | 200  | 200  |
| จำนวนนิสิตที่คาดว่าจะจบ |            |      |      |      | 50   |

## 2.6 งบประมาณตามแผน

- งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

| รายละเอียดรายรับ            | ปีงบประมาณ |            |            |            |            |
|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                             | 2563       | 2564       | 2565       | 2566       | 2567       |
| เงินรายได้จากการจัดการศึกษา | 8,125,000  | 16,250,000 | 24,375,000 | 32,250,000 | 32,500,000 |
| รวมรายรับ                   | 8,125,000  | 16,250,000 | 24,375,000 | 32,250,000 | 32,500,000 |
|                             |            |            |            |            |            |

- งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

| หมวดเงิน                                                        | ปีงบประมาณ |            |            |            |            |
|-----------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                                                                 | 2563       | 2564       | 2565       | 2566       | 2567       |
| งบบุคลากร                                                       | 1,253,490  | 1,316,164  | 1,381,972  | 1,451,071  | 1,523,625  |
| งบดำเนินงาน                                                     | 3,437,800  | 4,437,800  | 7,437,800  | 10,437,800 | 10,437,800 |
| งบอุดหนุน                                                       | 3,206,000  | 5,206,000  | 7,206,000  | 9,206,000  | 9,206,000  |
| งบกลาง                                                          | 500,000    | 500,000    | 500,000    | 500,000    | 500,000    |
| รวมรายจ่าย                                                      | 8,397,290  | 11,459,964 | 16,525,772 | 21,594,871 | 21,667,425 |
| จำนวนนิสิต                                                      | 50         | 100        | 150        | 200        | 200        |
| ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิต<br>บัณฑิตตามหลักสูตร<br>(หน่วย : บาท) | 167,945.80 | 114,599.64 | 110,171.82 | 107,974.36 | 108,337.13 |

## 2.7 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียนและศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองตลอดจนการฝึกประสบการณ์ในต่างประเทศ

## 2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดังนี้

## ข้อ 20 การเทียบรายวิชาและการโอนหน่วยกิต

### 20.1 นิสิตที่มีสิทธิขอเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิต ประกอบด้วย

20.1.1 นิสิตที่ย้ายคณะ ย้ายหลักสูตร หรือย้ายสาขาวิชาเอก มีสิทธิเทียบทุกรายวิชาที่ปรากฏอยู่ในหลักสูตรที่รับเข้า

20.1.2 นิสิตที่สอบคัดเลือกเข้ามาใหม่ไม่มีสิทธิเทียบรายวิชา ยกเว้น นิสิตของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่สิ้นสุดสถานภาพนิสิตในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี จึงมีสิทธิขอเทียบรายวิชาที่มีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือ 2.0

20.1.3 นิสิตในโครงการความร่วมมือ ที่ได้กำหนดไว้ในโครงการว่าสามารถขอเทียบรายวิชาได้

20.1.4 นิสิตที่รับโอนหรือรับเข้าศึกษาต่อมาจากสถานศึกษาอื่น

20.1.5 นิสิตที่ได้รับอนุมัติให้ลงทะเบียนเรียนข้ามสถานศึกษาหรือวิทยาเขต

### 20.2 เกณฑ์การเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิต ประกอบด้วย

20.2.1 การเทียบรายวิชาสำหรับนิสิตที่รับโอนหรือรับเข้าศึกษาต่อมาจากสถานศึกษาอื่น เป็นรายวิชาที่เทียบได้กับรายวิชาในหลักสูตรที่รับเข้า โดยได้ระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือ 2.0 ให้บันทึกเป็น P เท่านั้น ทั้งนี้ นิสิตที่รับโอนสามารถเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกินกึ่งหนึ่งของหน่วยกิตรวมตามหลักสูตรที่รับเข้า ส่วนนิสิตที่รับเข้าศึกษาต่อสามารถเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกินสองในสามของหน่วยกิตรวมตามหลักสูตรของคณะที่รับเข้า

20.2.2 การเทียบรายวิชา สำหรับนิสิตต่างสถาบันให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชานั้น

### 20.3 การเทียบโอนในลักษณะกลุ่มวิชา

20.3.1 เนื้อหาโดยรวมของกลุ่มวิชาที่จะนำมาขอเทียบกับเนื้อหาโดยรวมของกลุ่มวิชาที่เทียบได้ ต้องมีความสอดคล้องกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และจำนวนหน่วยกิตรวมของกลุ่มวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอนต้องไม่น้อยกว่าจำนวนหน่วยกิตรวมของกลุ่มวิชาที่เทียบโอนได้

20.3.2 ทุกรายวิชาในกลุ่มวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอน ต้องมีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือ 2.0 เทียบได้ระดับคะแนน P

20.3.3 กรณีที่รายวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอนเป็นรายวิชาในระบบการเรียนที่มีใช้ระบบทวิภาคให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชา โดยพิจารณาเทียบจำนวนหน่วยกิตให้ได้ตามเกณฑ์ของระบบทวิภาค

20.4 การเทียบโอนจากประสบการณ์ การเทียบโอนจากการศึกษานอกระบบ และการเทียบโอนจากระบบการศึกษาตามอัธยาศัย ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดหลักสูตร โดยอาจจัดให้มีการทดสอบข้อเขียน หรือภาคปฏิบัติเพิ่มเติมได้ตามที่เห็นสมควร

20.5 นิสิตต้องดำเนินการขอเทียบรายวิชา เพื่อยกเว้นไม่ต้องเรียน โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต และส่งหลักฐานการขออนุมัติต่อคณบดีเจ้าสังกัดนิสิตภายในภาคการศึกษาปกติแรกที่นิสิตย้ายคณะ ย้ายหลักสูตร ย้ายสาขาวิชาเอก ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาหรือรับโอนมาจากสถานศึกษาอื่น กรณีที่มีความจำเป็นไม่อาจดำเนินการให้แล้วเสร็จตามกำหนด ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต

## ข้อ 21. การลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันและการเรียนข้ามวิทยาเขต

21.1 นิสิตอาจลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันได้ในแต่ละภาคการศึกษา หากเป็นการลงทะเบียนเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประเภทไม่นับหน่วยกิต (audit) การอนุมัติให้ลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันให้เป็นอำนาจของคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต

21.2 นิสิตที่ประสงค์จะลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันเพื่อนับหน่วยกิตในหลักสูตร จะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งดังนี้

21.2.1 เป็นนิสิตที่อยู่ในโครงการของหลักสูตรที่จัดให้มีการเรียนการสอนร่วมระหว่างสถาบัน โดยได้รับความเห็นชอบจากคณบดีเจ้าสังกัดหลักสูตร

21.2.2 เป็นนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาปีสุดท้าย แต่รายวิชาที่จะเรียนไม่เปิดสอนในภาคการศึกษานั้นๆ

21.3 รายวิชาที่จะลงทะเบียนเรียนในสถาบันอื่นจะต้องได้รับการเทียบรายวิชาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย การเทียบให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชา โดยถือเกณฑ์เนื้อหาและจำนวนหน่วยกิตเป็นหลัก

21.4 ผลการเรียนจากสถาบันอื่นให้บันทึกเป็น P หรือ NP และไม่นำไปคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสม ยกเว้นการลงทะเบียนเรียนข้ามวิทยาเขตและการลงทะเบียนเรียนในรายวิชาที่อยู่ในหลักสูตรที่จัดร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถาบันอื่น ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชา โดยสามารถนำมาคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

21.5 การผ่อนผันเงื่อนไขตามข้อ 21.4 จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต และอนุมัติโดยรองอธิการบดีที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลงานด้านวิชาการ

21.6 นิสิตลงทะเบียนเรียนข้ามวิทยาเขตได้โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต ทั้งนี้ต้องลงทะเบียนและชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา ณ วิทยาเขตที่นิสิตสังกัดก่อนจึงจะชำระค่าธรรมเนียมการรับลงทะเบียนได้

### 3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

#### 3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

|                                    |             |    |          |
|------------------------------------|-------------|----|----------|
| - กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข             | ไม่น้อยกว่า | 3  | หน่วยกิต |
| - กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ  | ไม่น้อยกว่า | 3  | หน่วยกิต |
| - กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร       |             | 13 | หน่วยกิต |
| - กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก | ไม่น้อยกว่า | 5  | หน่วยกิต |
| - กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์           | ไม่น้อยกว่า | 6  | หน่วยกิต |

2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 84 หน่วยกิต

|                   |             |    |          |
|-------------------|-------------|----|----------|
| - วิชาเฉพาะบังคับ |             | 54 | หน่วยกิต |
| - วิชาเฉพาะเลือก  | ไม่น้อยกว่า | 30 | หน่วยกิต |

3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

#### 3.1.3 รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

|                         |             |          |          |
|-------------------------|-------------|----------|----------|
| - กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข  | ไม่น้อยกว่า | 3        | หน่วยกิต |
| 01175xxx กิจกรรมพลศึกษา |             | 1(0-2-1) |          |

(Physical Education Activities)

และให้นิสิตเลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

|                                                                          |             |   |          |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------|---|----------|
| - กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข                                                   |             |   |          |
| - กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ                                        | ไม่น้อยกว่า | 3 | หน่วยกิต |
| ให้นิสิตเลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป |             |   |          |
| กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ                                          |             |   |          |

เมื่อวันที่ 11 ก.ย. 2564  
โดยระบบ CHECO

- กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร 13 หน่วยกิต
    - วิชาภาษาไทย 3(- -)
    - วิชาภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่ 1 ภาษา 9(- -)
    - วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ 1(- -)
  - กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต
    - 01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4)
    - (Knowledge of the land)
- และให้นิสิตเลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิตจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป  
กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก
- 2 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต  
ให้นิสิตเลือกเรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิตจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่ม  
สาระสุนทรียศาสตร์

|                                                                                     |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 2. หมวดวิชาเฉพาะ                                                                    | ไม่น้อยกว่า 84 หน่วยกิต |
| - วิชาเฉพาะบังคับ                                                                   | 54 หน่วยกิต             |
| 01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I<br>(Microeconomics I)                                  | 3(3-0-6)                |
| 01130171 การบัญชีการเงิน<br>(Financial of Accounting)                               | 3(3-0-6)                |
| 01131211 การเงินธุรกิจ<br>(Business Finance)                                        | 3(3-0-6)                |
| 01132111 หลักการจัดการ<br>(Principles of Management)                                | 3(3-0-6)                |
| 01133211 การจัดการการผลิต<br>(Operations Management)                                | 3(3-0-6)                |
| 01134111 หลักการตลาด<br>(Principles of Marketing)                                   | 3(3-0-6)                |
| 01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค<br>(Consumer Behavior)                                   | 3(3-0-6)                |
| 01134321 การตลาดระหว่างประเทศ<br>(International Marketing)                          | 3(3-0-6)                |
| 01134323 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์<br>(Strategic Marketing Planning)              | 3(3-0-6)                |
| 01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา<br>(Product and Price Policy)                       | 3(3-0-6)                |
| 01134341 การจัดการช่องทางการตลาด<br>(Marketing Channel Management)                  | 3(3-0-6)                |
| 01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ<br>(Integrated Marketing Communication)       | 3(3-0-6)                |
| 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด<br>(Basic Research Methods in Marketing) | 3(3-0-6)                |

|           |                                                    |          |
|-----------|----------------------------------------------------|----------|
| 01136112* | การตลาดและกฎหมาย<br>(Marketing and Laws)           | 3(3-0-6) |
| 01136211* | สถิติสำหรับการตลาด<br>(Statistics for Marketing)   | 3(3-0-6) |
| 01136312* | การตลาดเชิงสร้างสรรค์<br>(Creative Marketing)      | 3(3-0-6) |
| 01136321* | การตลาดผู้ประกอบการ<br>(Entrepreneurial Marketing) | 3(3-0-6) |
| 01136498* | ปัญหาพิเศษ<br>(Special Problems)                   | 3        |

- วิชาเฉพาะเลือก

ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาในสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต จากตัวอย่าง  
รายวิชาต่อไปนี้

|          |                                                                                                          |          |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 01134311 | การจัดซื้อ<br>(Purchasing)                                                                               | 3(3-0-6) |
| 01134312 | การจัดการการขาย<br>(Sales Management)                                                                    | 3(3-0-6) |
| 01134314 | จรรยาบรรณทางการตลาด<br>(Marketing Ethics)                                                                | 3(3-0-6) |
| 01134315 | การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม<br>(Marketing for Social and Environment Responsibility) | 3(3-0-6) |
| 01134322 | การตลาดดิจิทัล<br>(Digital Marketing)                                                                    | 3(3-0-6) |
| 01134324 | การตลาดกีฬา<br>(Sports Marketing)                                                                        | 3(3-0-6) |
| 01134325 | การตลาดการท่องเที่ยว<br>(Tourism Marketing)                                                              | 3(3-0-6) |
| 01134333 | การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา<br>(Marketing for Luxury Products)                                                | 3(3-0-6) |
| 01134342 | การค้าปลีก<br>(Retailing)                                                                                | 3(3-0-6) |
| 01134353 | การบริหารลูกค้าสัมพันธ์<br>(Customer Relationship Management)                                            | 3(3-0-6) |
| 01134354 | ศิลปะการขาย<br>(Salemanship)                                                                             | 3(3-0-6) |
| 01134355 | การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม<br>(Sales Promotion and Event Marketing)                              | 3(2-2-5) |
| 01134356 | การโฆษณา<br>(Advertising)                                                                                | 3(3-0-6) |

|           |                                                                                                                |          |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 01134411  | การจัดการการตลาด<br>(Marketing Management)                                                                     | 3(3-0-6) |
| 01134412  | การพยากรณ์การขาย<br>(Sale forecasting)                                                                         | 3(3-0-6) |
| 01134413  | การตลาดและการตัดสินใจ<br>(Marketing and Decision Making)                                                       | 3(3-0-6) |
| 01134421  | การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า<br>(Export-Import Management)                                                 | 3(3-0-6) |
| 01134422  | การตลาดบริการ<br>(Service Marketing)                                                                           | 3(3-0-6) |
| 01134423  | การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ<br>(Business to Business Marketing)                                                     | 3(3-0-6) |
| 01134431  | การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์<br>(Product Development and Design)                                                 | 3(3-0-6) |
| 01134432  | กลยุทธ์ราคา<br>(Price Strategy)                                                                                | 3(3-0-6) |
| 01134442  | หลักการจัดการโลจิสติกส์<br>(Principles of Logistics Management)                                                | 3(3-0-6) |
| 01136311* | การตลาดเพื่อความยั่งยืน<br>(Sustainable Marketing)                                                             | 3(3-0-6) |
| 01136322* | การตลาดเชิงกิจกรรมพิเศษ<br>(Event Marketing)                                                                   | 3(3-0-6) |
| 01136323* | การตลาดธุรกิจด้านสุขภาพ<br>(Healthcare Marketing)                                                              | 3(3-0-6) |
| 01136411* | การตลาดในยุคการเปลี่ยนแปลง<br>(Marketing in Disruption Era)                                                    | 3(3-0-6) |
| 01136412* | การศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ<br>(Study Abroad)                                                              | 1-6      |
| 01136421* | องค์ความรู้ด้านธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัย<br>ต่างประเทศ<br>(Business Knowledge from Overseas Universities) | 1-15     |
| 01136490* | สหกิจศึกษา<br>(Cooperation Education)                                                                          | 6        |
| 01136492* | ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด<br>(Field Experience in Marketing)                                                 | 3        |
| 01136496* | เรื่องเฉพาะทางการตลาด<br>(Selected Topics in Marketing)                                                        | 3        |
| 01136497* | สัมมนา<br>(Seminar)                                                                                            | 1        |

### 3. หมวดวิชาเลือกเสรี

ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

### ความหมายของเลขรหัสประจำวิชา

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) ประกอบด้วยเลข 8 หลัก มีความหมายดังนี้

|                                 |         |                                                                                     |
|---------------------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| เลขลำดับที่ 1-2 (01)            | หมายถึง | วิทยาเขตบางเขน                                                                      |
| เลขลำดับที่ 3-5 (136)           | หมายถึง | สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)                                                  |
| เลขลำดับที่ 6                   | หมายถึง | ระดับชั้นปี                                                                         |
| เลขลำดับที่ 7 มีความหมาย ดังนี้ |         |                                                                                     |
| 1                               | หมายถึง | กลุ่มวิชาการตลาดทั่วไป                                                              |
| 2                               | หมายถึง | กลุ่มวิชาการตลาดเฉพาะทาง                                                            |
| 9                               | หมายถึง | กลุ่มวิชา สหกิจศึกษา วิจัย ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ<br>เรื่องเฉพาะทาง สัมมนา ปัญหาพิเศษ |
| เลขลำดับที่ 8                   | หมายถึง | ลำดับวิชาในแต่ละกลุ่ม                                                               |

### 3.1.4 แผนการศึกษา

#### แผนการศึกษาแบบไม่เรียนวิชาสหกิจศึกษา

| ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1                       | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 01130171 การบัญชีการเงิน                       | 3(3-0-6)                                                       |
| 01132111 หลักการจัดการ                         | 3(3-0-6)                                                       |
| 01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน                     | 2(2-0-4)                                                       |
| 01175xxx กิจกรรมพลศึกษา                        | 1(0-2-1)                                                       |
| วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์          | 3( - - )                                                       |
| วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ | 3( - - )                                                       |
| วิชาภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่ 1 ภาษา      | 3( - - )                                                       |
| <b>รวม</b>                                     | <b><u>18( - - )</u></b>                                        |

| ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2                        | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I                    | 3(3-0-6)                                                       |
| 01134111 หลักการตลาด                            | 3(3-0-6)                                                       |
| วิชาภาษาไทย                                     | 3( - - )                                                       |
| วิชาภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่ 1 ภาษา       | 3( - - )                                                       |
| วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก | 3( - - )                                                       |
| วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์                        | 1( - - )                                                       |
| <b>รวม</b>                                      | <b><u>16( - - )</u></b>                                        |

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

|          |                                           |                  |
|----------|-------------------------------------------|------------------|
| 01133211 | การจัดการการผลิต                          | 3(3-0-6)         |
| 01136112 | การตลาดและกฎหมาย                          | 3(3-0-6)         |
|          | วิชาภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่ 1 ภาษา | 3( - - )         |
|          | วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข       | 2( - - )         |
|          | วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์     | 3( - - )         |
|          | รวม                                       | <u>14( - - )</u> |

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

|          |                              |                    |
|----------|------------------------------|--------------------|
| 01131211 | การเงินธุรกิจ                | 3(3-0-6)           |
| 01134212 | พฤติกรรมผู้บริโภค            | 3(3-0-6)           |
| 01134331 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา       | 3(3-0-6)           |
| 01134351 | การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ | 3(3-0-6)           |
| 01136211 | สถิติสำหรับการตลาด           | 3(3-0-6)           |
| 01136312 | การตลาดเชิงสร้างสรรค์        | 3(3-0-6)           |
|          | รวม                          | <u>18(18-0-36)</u> |

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

|          |                                   |                  |
|----------|-----------------------------------|------------------|
| 01134321 | การตลาดระหว่างประเทศ              | 3(3-0-6)         |
| 01134323 | การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์       | 3(3-0-6)         |
| 01134341 | การจัดการช่องทางการตลาด           | 3(3-0-6)         |
| 01134491 | ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด | 3(3-0-6)         |
| 01136321 | การตลาดผู้ประกอบการ               | 3(3-0-6)         |
|          | วิชาเฉพาะเลือก                    | 3( - - )         |
|          | รวม                               | <u>18( - - )</u> |

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

|                |                  |
|----------------|------------------|
| วิชาเฉพาะเลือก | <u>15( - - )</u> |
| รวม            | <u>15( - - )</u> |

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

|                |                 |
|----------------|-----------------|
| วิชาเฉพาะเลือก | <u>6( - - )</u> |
| รวม            | <u>6( - - )</u> |

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

|          |                |                  |
|----------|----------------|------------------|
| 01136498 | ปัญหาพิเศษ     | 3                |
|          | วิชาเฉพาะเลือก | 6( - - )         |
|          | วิชาเลือกเสรี  | 6( - - )         |
|          | รวม            | <u>15( - - )</u> |

## แผนการศึกษาแบบเรียนวิชาสหกิจศึกษา

| ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1 |                                                | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|--------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 01130171                 | การบัญชีการเงิน                                | 3(3-0-6)                                                       |
| 01132111                 | หลักการจัดการ                                  | 3(3-0-6)                                                       |
| 01999111                 | ศาสตร์แห่งแผ่นดิน                              | 2(2-0-4)                                                       |
| 01175xxx                 | กิจกรรมพลศึกษา                                 | 1(0-2-1)                                                       |
|                          | วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์          | 3( - - )                                                       |
|                          | วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ | 3( - - )                                                       |
|                          | วิชาภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่ 1 ภาษา      | 3( - - )                                                       |
| รวม                      |                                                | <u>18( - - )</u>                                               |

| ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2 |                                                 | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|--------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 01101181                 | เศรษฐศาสตร์จุลภาค I                             | 3(3-0-6)                                                       |
| 01134111                 | หลักการตลาด                                     | 3(3-0-6)                                                       |
|                          | วิชาภาษาไทย                                     | 3(3-0-6)                                                       |
|                          | วิชาภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่ 1 ภาษา       | 3( - - )                                                       |
|                          | วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก | 3( - - )                                                       |
|                          | วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์                        | 1( - - )                                                       |
| รวม                      |                                                 | <u>16( - - )</u>                                               |

| ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1 |                                           | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|--------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 01133211                 | การจัดการการผลิต                          | 3(3-0-6)                                                       |
| 01136112                 | การตลาดและกฎหมาย                          | 3(3-0-6)                                                       |
|                          | วิชาภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่ 1 ภาษา | 3( - - )                                                       |
|                          | วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข       | 2( - - )                                                       |
|                          | วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์     | 3( - - )                                                       |
| รวม                      |                                           | <u>14( - - )</u>                                               |

| ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 |                              | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|--------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 01131211                 | การเงินธุรกิจ                | 3(3-0-6)                                                       |
| 01134212                 | พฤติกรรมผู้บริโภค            | 3(3-0-6)                                                       |
| 01134331                 | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา       | 3(3-0-6)                                                       |
| 01134351                 | การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ | 3(3-0-6)                                                       |
| 01136211                 | สถิติสำหรับการตลาด           | 3(3-0-6)                                                       |
| 01136312                 | การตลาดเชิงสร้างสรรค์        | 3(3-0-6)                                                       |
| รวม                      |                              | <u>18(18-0-36)</u>                                             |

| ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1 |                                   | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 01134321                 | การตลาดระหว่างประเทศ              | 3(3-0-6)                                                       |
| 01134323                 | การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์       | 3(3-0-6)                                                       |
| 01134341                 | การจัดการช่องทางการตลาด           | 3(3-0-6)                                                       |
| 01134491                 | ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด | 3(3-0-6)                                                       |
| 01136321                 | การตลาดผู้ประกอบการ               | 3(3-0-6)                                                       |
|                          | วิชาเฉพาะเลือก                    | <u>3( - - )</u>                                                |
|                          | รวม                               | <u>18( - - )</u>                                               |

| ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 |                | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|--------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------|
|                          | วิชาเฉพาะเลือก | <u>15( - - )</u>                                               |
|                          | รวม            | <u>15( - - )</u>                                               |

| ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 |            | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|--------------------------|------------|----------------------------------------------------------------|
| 01136490                 | สหกิจศึกษา | <u>6</u>                                                       |
|                          | รวม        | <u>6</u>                                                       |

| ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2 |                | จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง) |
|--------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------|
| 01136498                 | ปัญหาพิเศษ     | 3                                                              |
|                          | วิชาเฉพาะเลือก | <u>6( - - )</u>                                                |
|                          | วิชาเลือกเสรี  | <u>6( - - )</u>                                                |
|                          | รวม            | <u>15( - - )</u>                                               |

### 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

#### 3.1.5.1 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาของหลักสูตร

01136112\* การตลาดและกฎหมาย

3(3-0-6)

(Marketing and Laws)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางกฎหมายต่อการตลาด ความหมายและประเภทของกฎหมายและกฎหมายการตลาด กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ทรัพย์สินทางปัญญา ข้อตกลงทางการค้า ความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ มาตรฐานสินค้า การกำหนดราคา พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แฟรนไชส์ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายตรง การตลาดทางตรง และประเด็นทางกฎหมายอื่นๆ สำหรับนักการตลาด การประเมินอิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางกฎหมายต่อการตัดสินใจทางการตลาดและกิจกรรมทางการตลาด

Importance of legal environment in marketing. Definition and classification of laws and marketing laws. Laws and regulations involving consumer protection, computer and information technology, intellectual property, trade agreements, product liability, product standards, pricing, electronic commerce, franchise, advertising, sales promotion, direct sales, direct marketing and other legal issues for marketers. Assessing the influence of legal environment on marketing decisions and activities.

01136211\* สถิติสำหรับการตลาด

3(3-0-6)

(Statistics for Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

การนำสถิติมาประยุกต์ใช้กับการตลาด การค้นหาความรู้ในฐานข้อมูล การประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐาน ประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง วิธีการรวบรวมข้อมูล การอธิบายข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและสถิติอนุมาน การรายงานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด สถิติเกี่ยวกับการตลาด สถิติเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา สถิติเกี่ยวกับการตลาดด้านเครื่องมือค้นหาข้อมูล สถิติเกี่ยวกับการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ สถิติเกี่ยวกับการตลาดวิดีโอ สถิติเกี่ยวกับการตลาดทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ สถิติเกี่ยวกับการตลาดทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ สถิติเกี่ยวกับผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้า สถิติด้านการโฆษณา และสถิติด้านการตลาดอื่นๆ

Application of statistics to marketing. Data mining. Estimation and hypotheses testing. Populations, samples, and sampling techniques. Data collection methods. Describing data using descriptive statistics and inferential statistics. Reporting data for marketing decision making. Marketing statistics, content marketing statistics, search engine marketing statistics, social media statistics, video marketing statistics, email marketing statistics, mobile marketing statistics, lead generation statistics, advertising statistics and other marketing statistics.

**01136311\* การตลาดเพื่อความยั่งยืน**

**3(3-0-6)**

**(Sustainable Marketing)**

**วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111**

แนวคิดและความสำคัญของการตลาดเพื่อความยั่งยืน การวัดความสำเร็จขององค์กร จากแนวคิดมุมมอง 3 ด้าน อันได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภคที่ มุ่งเน้นความยั่งยืน การตลาดเพื่อสังคม การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม และการตลาดเชิงวิจารณ์ แผนการตลาดเพื่อความยั่งยืน กรณีศึกษา

Concepts and importance of sustainable marketing. Performance measurement using a triple bottom line concept with regard to economic, social and environmental aspects. Sustainable consumer behavior. Social marketing, environmental marketing and critical marketing. Sustainable marketing plans. Case studies.

**01136312\* การตลาดเชิงสร้างสรรค์**

**3(3-0-6)**

**(Creative Marketing)**

**วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111**

แนวคิดและความสำคัญของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด การนำเสนอโครงการ แผนการตลาดที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ การนำไปปฏิบัติจริงและประเมินผล

Concepts and importance of creativity in marketing. Developing creative marketing plans. Implementing and evaluating the plan.

**01136321\* การตลาดผู้ประกอบการ**

**3(3-0-6)**

**(Entrepreneurial Marketing)**

**วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111**

ลักษณะ แนวคิด กระบวนการ เทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ การสร้างสรรค์ทางการตลาด ยุทธวิธีทางการตลาดสำหรับการดำเนินการธุรกิจ จรรยาบรรณ ของนักการตลาดในการดำเนินธุรกิจ การทำวิจัยตลาดสินค้าและบริการ การพัฒนาแผนการ ตลาด

An overview of characteristics, concept, procedures, techniques and marketing strategies for entrepreneurs. Marketing creativity for business operations. Code of conducts of marketers in doing business, Market Research for goods and services. Develop a marketing plan.

- 01136322\* การตลาดเชิงกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือการตลาดกิจกรรมพิเศษ องค์ประกอบและคุณลักษณะของการตลาด กิจกรรมพิเศษ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดทำแผนการตลาดกิจกรรมพิเศษ ลูกค้า สภาพแวดล้อมและคู่แข่ง การพัฒนาแผนและการนำการตลาดกิจกรรมพิเศษไปใช้ ขั้นตอนการจัดทำแผนการตลาดกิจกรรมพิเศษ รวมถึงการพัฒนาตราสินค้าผ่านทางการตลาดกิจกรรมพิเศษ  
 Concepts about marketing tools for special events marketing. Components and characteristics of special events. Factors influencing event marketing planning; Customers, environmental factors and competitors. Implementing and developing plans. Steps in implementing marketing plans for special events including developing brands through special events marketing.
- 01136323\* การตลาดธุรกิจด้านสุขภาพ (Healthcare Marketing) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ทฤษฎีและกระบวนการด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสุขภาพ การวิเคราะห์ตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพและการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการสินค้าสุขภาพของผู้บริโภค การวิจัยตลาดสินค้าและบริการด้านสุขภาพ แผนการตลาดสำหรับธุรกิจและบริการด้านสุขภาพ  
 Theories and methodologies related to healthcare marketing. Analyzing healthcare markets and consumer decision making for healthcare product. Marketing research in healthcare products and services. Marketing plans for healthcare business services.
- 01136411\* การตลาดในยุคการเปลี่ยนแปลง (Marketing in Disruptive Era) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 วิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินการทางการตลาดในอนาคต กระบวนการการเปลี่ยนแปลงของตลาด การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อรองรับสถานการณ์ใหม่  
 Advanced technologies disrupting future business. Market disruption processes. Marketing strategies planning for new market situations.
- 01136412\* การศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ (Study Abroad) 1-6  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 การเรียนรู้และพัฒนาตนเอง จากรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ การเทียบเคียงหน่วยกิตเป็นไปตามเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
 Learning and self development from courses taken at overseas universities. Credit equivalence according to Kasetsart University regulations.

- 01136421\* องค์ความรู้ด้านธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ 1-15  
(Business Knowledge from Overseas Universities)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ ระดับปริญญาตรี ที่นิสิตลงทะเบียนเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ  
การเทียบเคียงหน่วยกิตเป็นไปตามเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
Knowledge in business at the bachelor's degree level taken in overseas  
universities. Credit equivalence according to Kasetsart University regulation.
- 01136490\* สหกิจศึกษา 6  
(Cooperative Education)  
การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการ  
จัดทำรายงานและการนำเสนอ  
On the job training as a temporary employee according to the assigned  
project including report writing and presentation.
- 01136492\* ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3  
(Field Experience in Marketing)  
การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือ  
ภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานติดต่อกันไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนำเสนอ  
รายงานผลการปฏิบัติงาน  
Practical experience in marketing field in private or public sector for  
minimum of 200 hours and presentation of performance report.
- 01136496\* เรื่องเฉพาะทางการตลาด 3(3-0-6)  
(Selected Topics in Marketing)  
เรื่องเฉพาะทางการตลาด ในระดับปริญญาตรี หัวข้อเรื่องเปลี่ยนแปลงในแต่ละภาค  
การศึกษา  
Selected topics in Marketing at the bachelor degree level. Topics are  
subject to change each semester.
- 01136497\* สัมมนา 1  
(Seminar)  
การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางทางการตลาดในระดับปริญญาตรี  
Presentation and discussion on current interesting topics in marketing at  
the bachelor's degree level.

01136498\* ปัญหาพิเศษ

3

(Special Problems)

การศึกษาค้นคว้าทางการตลาดระดับปริญญาตรี และเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน

Study and research in marketing at the bachelor's degree level and compiled into written report.

### 3.1.5.2 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาเอกหลักสูตร

01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I

3(3-0-6)

(Microeconomics I).

ความหมายลักษณะและวิธีการศึกษาเศรษฐศาสตร์ปัญหาเศรษฐกิจ การทำหน้าที่ของระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์อุปทาน และราคาความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานการใช้อุปสงค์และอุปทานในการปฏิบัติพฤติกรรมของผู้บริโภคและอรรถประโยชน์ธุรกิจการผลิตและต้นทุนการผลิต ต้นทุนในระยะสั้นและระยะยาว การผลิตในระยะยาว การผลิตในระยะยาวมาก ซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการและมลพิษ การกำหนดราคาผลผลิตในตลาดต่าง ๆ ทฤษฎีราคาในเชิงปฏิบัติ การกระจายรายได้ การกำหนดค่าจ้าง ดอกเบี้ย และผลตอบแทนจากการลงทุน ความยากจน และความไม่เท่าเทียมกัน

Meaning, nature and methods of economic study. Economic problems. Functioning of the economy. Demand, supply, price, elasticity of demand and supply, application of demand and supply. Consumer behaviour and utilities. Production and cost, short-run costs and long-run costs, production in the long-run and very long-run concerning progress and pollution. Price determination in different types of market, application of price theory. Income distribution, determination of wage, interest, and return on investment ; poverty and inequality.

01130171 การบัญชีการเงิน

3(3-0-6)

(Financial of Accounting)

หลักการบัญชีทั่วไป วิธีการบันทึกบัญชีขั้นต้นเกี่ยวกับเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน สินทรัพย์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ การจัดทำรายงานทางการเงิน

General accounting principles, principles of recording transactions for cash, account receivables, note receivables, inventories, investment, tangible and intangible assets, liabilities, owner equities; preparation of financial reports.

01131211 การเงินธุรกิจ

3(3-0-6)

(Business Finance)

หลักการเบื้องต้นและจุดมุ่งหมายในการจัดการทางการเงิน หน้าที่ของผู้จัดการทางการเงิน สภาพแวดล้อมทางการเงิน การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน เครื่องมือต่างๆ ในการจัดการทางการเงิน วิเคราะห์ทางการเงิน เงินทุนและต้นทุนของเงินทุน การตัดสินใจลงทุนระยะยาว การจัดการเงินทุนหมุนเวียน

Basic principles and objectives of financial management, functions of managerial finance, financial environments, financial forecasting and planning, tools of financial management, financial analysis, capital and cost of capital, decision in long-term investment, working capital management.

**01132111 หลักการจัดการ** **3(3-0-6)**  
**(Principles of Management)**

แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการ งานการจัดการ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อ การจัดการธุรกิจ จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ทางการจัดการของผู้จัดการ การตัดสินใจ การวางแผน การจัดองค์การ การชักนำและการควบคุม

Concepts and evolution of management. Managerial jobs. Business environment affecting business management. Business ethics and corporate social responsibility. Managerial roles and management functions of managers. Business decision-making, planning, organizing, leading, and controlling.

**01133211 การจัดการการผลิต** **3(3-0-6)**  
**(Operations Management)**

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

หลักการเบื้องต้นของการจัดการการผลิต ความรู้พื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทของกระบวนการผลิตและแผนผัง ความรู้เบื้องต้นในการจัดการกำลังการผลิต ความสำคัญของทำเลที่ตั้ง การดำเนินงานระบบผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง และการจัดการคุณภาพ

Basic principles of operations management, introduction to product design, classification of process and layout, introduction to capacity management, importance of location, operating operation, managing inventory and managing quality.

**01134111 หลักการตลาด** **3(3-0-6)**  
**(Principles of Marketing)**

ลักษณะและกระบวนการทางการตลาด แนวความคิด บทบาท ความสำคัญ หน้าที่ และปัจจัยทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด และการวิจัยการตลาดเบื้องต้น

Nature and process of marketing. Concepts, role, functions and factors of marketing. Market segmentation. Selecting target market. Consumer behavior. Marketing mix and marketing research.

- 01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้า โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในด้านปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ตลอดจนการนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมาประยุกต์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด  
 Principles and analysis of consumer behavior. Considering factors for buying decision both internal and external factors. Including the results from studying consumer behavior to set up marketing strategies.
- 01134311 การจัดซื้อ (Purchasing) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 บทบาท และความสำคัญของการจัดการด้านการจัดซื้อ ความรับผิดชอบของผู้จัดการงานจัดซื้อ ความสัมพันธ์ของงานจัดซื้อกับงานอื่น ๆ ในองค์กร นโยบายและระเบียบการจัดซื้อ การจัดซื้อแบบรวมอำนาจและกระจายอำนาจ การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่จัดซื้อ การกำหนดขนาดของการจัดซื้อ การเลือกแหล่งขาย การทำสัญญาและปัญหาแห่งกฎหมาย การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งซื้อ ต้นทุน ราคา กำไร การลงทุนและการเสี่ยง การเปรียบเทียบระหว่างการผลิตเอง การซื้อ การเช่า  
 Role and importance of purchasing in modern business. The responsibility of purchasing officer. Relations with other departments in an organization. Purchasing's policies and rules. Centralization and decentralization of purchasing. The determination of specification, quantity and source. Contract and legal problems. Data analysis of bill, order, cost, price, profit, capital and risk. Comparing the benefit between producing, purchasing and rent.
- 01134312 การจัดการการขาย (Sales Management) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ลักษณะของการจัดการขาย การจัดองค์การ การกำหนดนโยบาย การสรรหาพนักงานขาย การรับสมัคร การคัดเลือก การให้ค่าตอบแทน การสร้างขวัญและกำลังใจ การวางแผนและวิเคราะห์การขาย การประเมินผลและการควบคุมการขาย โควตาการขาย งบประมาณและค่าใช้จ่ายทางการขาย การประเมินผล และการควบคุมการขาย  
 Sales organization. Sales planning policies. Recruiting, screening and selecting applicants. Sales compensation. Sales incentive by good moral supports. Sales planning and analysis. Sales quotas. Sales budgeting. Sales and cost analysis. Sales evaluation and controlling.

01134314 จรรยาบรรณทางการตลาด 3(3-0-6)

(Marketing Ethics)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดของจรรยาบรรณทางการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาดของสถาบันทางธุรกิจ ปัจจัยที่กำหนดจรรยาบรรณทางการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาดที่นำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาและข้อโต้แย้งในการนำจรรยาบรรณทางการตลาดไปปฏิบัติ

Concepts of marketing ethics. Marketing ethics of business institutions. Factors determining marketing ethics. Marketing ethic approach in planning marketing strategies. Problems and arguments concerning in implementation of marketing ethics.

01134315 การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)

(Marketing for Social and Environment Responsibility)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความหมายและความสำคัญของตลาด ตลอดจนแนวคิด ปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้การจัดการทางการตลาดเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและธุรกิจให้คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา

Definition, importance, concepts and philosophy of marketing for social and environment responsibility. Marketing Mix for social and environmental responsibility. Using marketing management for changing consumers and business behaviors to be responsible for society and environment in order to reach the sustainable development. Case studies.

01134321 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

(International Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความสำคัญและสภาพแวดล้อมของการตลาดระหว่างประเทศ บทบาทและนโยบายของรัฐ การพิจารณาเลือกสินค้าและตลาด การบรรจุหีบห่อ การกำหนดราคา การขนส่ง การเลือกตัวแทนจำหน่าย การส่งเสริมการวางแผนและควบคุม ปัญหา และอุปสรรคในการตลาดระหว่างประเทศ

Importance and environment of international marketing. Roles and policies of government. Criteria for products and markets selections. Packaging, pricing, handling, agent selecting and promotion. Planning and controlling. Problems and barriers in international marketing.

- 01134322 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ปรัชญา แนวคิด และความสำคัญของการตลาดดิจิทัล สภาพแวดล้อมสำหรับตลาดดิจิทัล การกำหนดส่วนแบ่งตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งสำหรับตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ลูกค้า การสร้างสาระหลักและการมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล การจัดการชื่อเสียงในสังคมเครือข่ายเพื่อสร้างความยั่งยืนของตราสินค้า กรณีศึกษา  
 Philosophy, concept and important of digital marketing, digital marketing environment. Digital marketing segmentation, targeting and positioning. Customer analysis, creating contents and engagement for communicating via digital media. Managing brand reputation within social network for sustainable brand. Case study.
- 01134323 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Planning) 3(2-2-5)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 การเขียนแผนการตลาด วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาพการณ์การตลาด หรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และสินค้า พัฒนารูปแบบแผนการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด  
 Writing marketing plan. Examine how marketing plans can change with the life cycle or market conditions of product or service. Developing a model of marketing plan that include an analysis of internal and external environment, segmentation, marketing and product positioning, and defining marketing mix strategy; product, pricing, distribution and promotion.
- 01134324 การตลาดกีฬา (Sport Marketing) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ความรู้ความเข้าใจในการทำการตลาดและกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา กลยุทธ์การใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการทำการตลาดสำหรับสินค้าและบริการอื่นๆ ที่ไม่อยู่ในอุตสาหกรรมกีฬา การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคขององค์กรกีฬา การหาผู้สนับสนุน การทำตราสินค้า การส่งเสริมการตลาดสินค้า การประชาสัมพันธ์ การให้สิทธิ์ทางการค้าและการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬา

Knowledge and Understanding about the applications of marketing and strategic marketing concepts to sport products and services, and the marketing of non-sport products through an association to sports. Strength, Weakness, Opportunities and Threats analysis of sporting organizations, sponsorships, branding, promotions, public relations, licensing, and research about sports consumer behavior.

01134325 การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ทฤษฎี แนวคิดทางการตลาดและการประยุกต์ใช้ ภายใต้บริบทของการการท่องเที่ยวและองค์การด้านการท่องเที่ยว กระบวนการการตลาดการท่องเที่ยวและลักษณะเฉพาะของการตลาดการท่องเที่ยว การวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แผนการตลาดการท่องเที่ยว กรณีศึกษา

Theories, concepts and applications of tourism marketing within a travel and tourism organizational context. The tourism marketing process and the unique nature of tourism marketing, tourism marketing research and tourist behavior. Tourism marketing plan. Case studies.

01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Policy) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวความคิดต่าง ๆ ของผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีต่อผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

Manager's concepts in planning and setting product and price policy. Setting product mix. Developing marketing strategy for product and price related to product life cycle. Studying internal and external environment that influence and to set product and price policy.

01134332 การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Product Management) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดในการวางแผน และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการวางแผนกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ

Concepts of strategic product planning and strategic management planning, setting product mix, the development of strategic marketing for products in according with product life cycles. The study of internal and external environment impacting to strategic planning for products management and development of marketing plan for products in according with other marketing mix.

01134333 การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา 3(3-0-6)

(Marketing for Luxury Products)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา สภาพแวดล้อมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา การวิเคราะห์ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หรูหรา ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา พัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา

General knowledge of luxury product marketing. Marketing environment of luxury product marketing. Luxury products consumer analysis. Marketing mix of luxury market. Develop marketing for luxury strategies products.

01134341 การจัดการช่องทางการตลาด 3(3-0-6)

(Marketing Channel Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะโครงสร้าง รูปแบบของช่องทางการตลาด บทบาทหน้าที่และการพัฒนาช่องทางการตลาดแต่ละรูปแบบ สถาบันการตลาด ข้อขัดแย้งและความร่วมมือกันของสถาบันต่าง ๆ การคัดเลือก การประเมินผล การควบคุมช่องทางการตลาด ตลอดจนปัจจัยและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการจัดการช่องทางการตลาด

Nature, structure and type of marketing channel. Role, function and development of channel systems. Conflict and co-operation of marketing institutions. Selecting, evaluating and controlling marketing channel. Factors and environment that effect marketing channel management.

01134342 การค้าปลีก 3(3-0-6)

(Retailing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะและวิวัฒนาการทางการค้าปลีก สถาบันการค้าปลีก การจัดการด้านการค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดองค์การ การจัดงานบุคคล การจัดการสินค้า การตั้งราคา วิธีการส่งเสริมการขายของกิจการค้าปลีก และการให้บริการต่าง ๆ ตลอดทั้งระบบการควบคุมด้านการเงินและแนวโน้มของการค้าปลีกในอนาคต

Characteristic and revolution of retailing. Retailing institutions. Retailing management. Location. Organizational management. Personnel management. Merchandising management. Price setting. Promotion methods and retailing services. Controlling system and trend of retailing business.

- 01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)  
(Integrated Marketing Communication)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดโดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และรูปแบบการสื่อสารอื่น การสร้างการรับรู้ตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค  
Marketing communication strategy through advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing and other communications. Creating brand awareness, brand image and buying behavior.
- 01134353 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)  
(Customer Relationship Management)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
กระบวนการทางการตลาดในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า การตัดสินใจ โปรแกรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและตลาด รวมทั้งผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย การตัดสินใจซื้อเพื่อให้ได้คุณค่าเพิ่มโดยใช้กลยุทธ์ได้กับได้ กลยุทธ์การรักษาลูกค้า การหาลูกค้าใหม่ และการดึงลูกค้ากลับ  
Marketing process to build long-term relationship with customers. Marketing programs decision to create good understanding and relationship between organizations and market, including customers and stakeholders. Value added buying decision through win-win strategy. Strategy for customer retention, new customer acquisition, and customer win back.
- 01134354 ศิลปะการขาย 3(3-0-6)  
(Salesmanship)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
หลักและกระบวนการเสนอขายสินค้า กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค หลักจิตวิทยาเพื่อการจูงใจซื้อ วิธีการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย การสร้างคุณลักษณะและคุณสมบัติของพนักงานขาย เพื่อเป็นพนักงานขายที่ดี เทคนิคการเจรจา การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า ความรู้เรื่องสัญญาการซื้อขาย  
Principles of selling process. Analysis of the buying decisions process. Characteristics and behaviour of consumer. Psychology in sales incentive. Principles of psychological for consumer motivation. Data collection for planning approach to target market. Training salesmen. Technique of negotiation relationship to customer and sales contracting.

- 01134355 การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม (Sales Promotion and Event Marketing) 3(2-2-5)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม แนวคิด หลักการ วิธีการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือและการเลือกสื่อที่ผสมผสานอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับเครื่องมือทางการตลาดอื่น การฝึกปฏิบัติ  
 Definition, importance and objectives of sales promotion and events marketing. Concepts, principles, methods of sales promotion and event marketing. Planning and defining effective strategies by analyze situations. Defining objectives creating tools and selecting media that meet and match with other marketing tools. Practicing required.
- 01134356 การโฆษณา (Advertising) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 บทบาท ความสำคัญ วิวัฒนาการและแนวความคิดของการโฆษณา การจัดองค์การ การโฆษณา หลักการจัดทำองค์ประกอบของงานโฆษณา การเลือกเหตุจูงใจ การเลือกสื่อโฆษณา การวางแผนรณรงค์ การจัดทำงบประมาณ การประเมินและวัดผลการโฆษณา กฎหมายและจรรยาบรรณ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา  
 Roles, importance, development and concept of advertising. Organizing of advertising, composition of advertising work, selecting media, preparing campaign, budgeting and evaluation of advertising. Law and ethic concerning with advertising.
- 01134411 การจัดการการตลาด (Marketing Management) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 แนวความคิดการจัดการทางการตลาด บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการตลาด นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์ การวางแผน การควบคุมและการจัดองค์การ แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหาและกรณีศึกษาทางการตลาด  
 Concepts of marketing management. Roles and functions of marketing manager. Policy and strategy of product management, price management, channel management and promotion management. Analysis, planning, controlling and organizing. Problem and case study in marketing.

01134412 การพยากรณ์การขาย

3(3-0-6)

(Sales Forecasting)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักทฤษฎี และความสำคัญของการพยากรณ์การขาย เทคนิคและวิธีการพยากรณ์ ประเภทของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความถูกต้องแม่นยำของการพยากรณ์ รวมทั้งการนำผลของการพยากรณ์ไปเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแผนการตลาด

Theory and importance of sales forecasting. Techniques and methods of forecasting : types of data, analysing data in quantitative and qualitative. Factors influencing the reliability of forecasting including the application of forecasting output for improvement and development of the marketing plan.

01134413 การตลาดและการตัดสินใจ

3(3-0-6)

(Marketing and Decision Making)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรับผิดชอบของผู้บริหารการตลาดในการตัดสินใจ ปัญหาทางการตลาด การจำแนกและการจัดลำดับ ขอบเขตของการตัดสินใจทางการตลาด การเลือกวิธีการแก้ปัญหา และวิธีการตัดสินใจ การกำหนดหลักเกณฑ์ทางทฤษฎีเพื่อการพัฒนาการตัดสินใจทางการตลาด การตัดสินใจเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กระบวนการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด

Responsibility of a marketing manager in decision making. Marketing problems, classification and grading. Scope of marketing decision making. Selection in problem solving technic and decision making technic. Building the theoretical base for developing a marketing decision making. Qualitative and quantitative decision making. Marketing planning process and decision making.

01134421 การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า

3(3-0-6)

(Export-Import Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักและการปฏิบัติในการส่งออกและนำเข้า กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ พระราชบัญญัติและข้อกำหนดในการส่งออกและนำเข้า วิธีปฏิบัติและเตรียมการด้านเอกสาร การทำสัญญาซื้อขาย วิธีการด้านศุลกากร การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การชำระเงิน การจัดการและการจัดหน่วยงานของแผนกส่งออกและนำเข้า หน่วยงานของทางราชการและสถาบันเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า

Principles and practices of export and import. Rules, regulation and restriction of export and import. Documentations. Buying and selling contracts. Customs procedures. Packing, handling and transporting. Export-import payments. Organizing and managing export-import departments. Government offices and private institutions relating to export-import business.

01134422 การตลาดบริการ (Service Marketing) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะและขอบเขตของตลาดบริการ การจำแนกประเภท พฤติกรรมผู้บริโภคส่วน ประสมการตลาดของสินค้าบริการ โครงสร้างและการพัฒนาสถาบันที่ประกอบธุรกิจด้านการ ให้บริการและศึกษาธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง

Nature and scopes of service marketing. Type of service. Service consumer behavior. Marketing mix of service. Structure and development of service institution. Study in specific service business.

01134423 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business Marketing) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักการและทฤษฎีรวมถึงกระบวนการ ของการตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ ซึ่งหมายถึงสินค้าและ บริการทางธุรกิจและอุตสาหกรรมความแตกต่างของตลาดสินค้าผู้บริโภคกับสินค้าธุรกิจ การ วิเคราะห์พฤติกรรมของการซื้อโดยองค์กรธุรกิจ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมายและ การวางตำแหน่งสินค้าธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ของการตลาดธุรกิจการวางแผนและควบคุม ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจ การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อการ วางแผนและการดำเนินการตลาดธุรกิจ

Principles and Theory, including process of Business to Business Marketing which determine as product and service for business or Industry. The differences between consumer goods and business goods. Analysis of organizational buying behavior market segmentation , targeting market and market positioning strategic planning of business marketing planning, implementing and controlling of marketing mix. Management of corporate social responsibility for planning and implementing business marketing.

01134431 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Development and Design) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาด การออกแบบและการผลิตเพื่อการพัฒนาและนำเสนอ ผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดความต้องการของลูกค้า การได้มาซึ่งความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สถาปัตยกรรมผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิง อุตสาหกรรมและเพื่อการผลิต การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด การติดตามและการประเมินผล

Relation between marketing, design and manufacturing for product development and launching. Product development process, identifying customer needs, product concept generation, product architecture, industrial and manufacturing design, product launching, follow up and evaluation.

- 01134432 กลยุทธ์ราคา 3(3-0-6)  
(Price Strategy)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
แนวคิดด้านราคา การบริหารการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ในการตั้งราคา ความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าในการตั้งราคา บทบาทของต้นทุนต่อการตัดสินใจตั้งราคาและการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันในการทำกำไรทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์การตั้งราคา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตั้งราคา  
Price concept, effective pricing management, economic knowledge of pricing. Understanding customer behavior to pricing. Role of costs in pricing decision and analysis marketing profit competency. Developing pricing strategies. Legal aspect of pricing strategy.
- 01134442 หลักการจัดการโลจิสติกส์ 3(3-0-6)  
(Principles of Logistics Management)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
หลักการและกระบวนการโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป แนวความคิดโลจิสติกส์แบบผสมผสานโดยเน้นกิจกรรมโลจิสติกส์หลัก การจัดการกลยุทธ์โลจิสติกส์ในยุคโลกาภิวัตน์  
Principles and process of logistics in order to support materials and finished goods logistics concept through main logistics activities. Logistics strategy management in globalization.
- 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 3(3-0-6)  
(Basic Research Methods in Marketing)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบวิจัย การตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถาม การวิเคราะห์และตีความข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การเขียนรายงานและการเสนอผลการวิจัย  
Principles and methods in marketing research, identification of research problems, formulation of research objectives and hypotheses, collection of data, construction of questionnaire, data analysis and interpretation, application of statistics for research, report writing and presentation.

### 3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน

#### 3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

สื่อนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ 11 ก.ย. 2564  
โดยระบบ CHECO  
ผลงานวิชาการ

| ลำดับที่ | ชื่อ - นามสกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิ (สาขาวิชา)<br>ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จ<br>การศึกษา                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ภาระงานสอน                                                           |                                  |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ปัจจุบัน                                                             | หลักสูตร<br>ปรับปรุง             |
| 1.       | นางชลลดา สัจจามิตย*<br>อาจารย์<br>บธ.บ. (การตลาดระหว่างประเทศ)<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532<br>M.B.A. (Marketing)<br>Sasin Graduate Institute of<br>Business Administration of<br>Chulalongkorn University,<br>2538<br>Ph.D. (Business<br>Administration),<br>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559 | งานวิจัย<br>1. Encouraging sustainable consumer<br>behavior: A stakeholder perspective.<br>Eurasian Business Perspectives, 2561<br>2. Consumer responses to firms'<br>environmental disposition strategy, 2561<br>3. The influence of perceived service<br>performance on Generation Z's eWOM<br>intentions in the food service sector,<br>2561 | 01134111<br>01134315<br>01134212<br>01134413<br>01134423<br>01134498 | 01136311<br>01136312<br>01136498 |
| 2.       | นางชีนจิตต์ แจ้เจนกิจ<br>รองศาสตราจารย์<br>ศ.บ. (การเงินระหว่างประเทศและ<br>การคลัง) เกียรตินิยมอันดับ 2<br>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527<br>บธ.ม. (การตลาด)<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529                                                                                                   | งานวิจัย<br>1. Brand Personality Communication of<br>Thai Fashion Design Apparels, 2561<br>2. Geo-Informatics and Space Technology<br>Corporate Brand Personality and<br>Implementation in Thailand, 2561                                                                                                                                       | 01134111<br>01134351<br>01134353<br>01134498                         | 01136498                         |
| 3.       | นางดาวรุ่ง ไอยเดช<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์<br>วท.บ. (การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2526<br>บธ.ม. (การจัดการ)<br>มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530                                                                                                                                             | งานวิจัย<br>Capturing Value From Customers to<br>Create Profits, 2561                                                                                                                                                                                                                                                                           | 01134111<br>01134312<br>01134412<br>01134497<br>01134498             | 01136498                         |
| 4.       | นายทรงพร หาญสันติ*<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์<br>B.B.A. (Marketing)<br>Deakin University, Australia,<br>2542<br>M.B.A. (International Trade)<br>Victoria University, Australia,<br>2544                                                                                                          | งานวิจัย<br>1. Marketing Channel of Rice<br>Productions in Thailand, 2559<br>2. Influential Factors Impact<br>on the Behaviors of Art and Cultural<br>Center's Visitors in Thailand, 2561                                                                                                                                                       | 01134111<br>01134341<br>01134411<br>01134498                         | 01136498                         |

\* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

| ลำดับที่ | ชื่อ – นามสกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิ (สาขาวิชา)<br>ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จ<br>การศึกษา                                                                                                                                                                        | ผลงานวิชาการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ภาระงานสอน                                                           |                                                                                  |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ปัจจุบัน                                                             | หลักสูตร<br>ปรับปรุง                                                             |
|          | D.B.A. (Business of Administration)<br>Victoria University, Australia, 2548                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                      |                                                                                  |
| 5.       | นายธงชัย ศรีวรรณะ*<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์<br>ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์)<br>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536<br>M.S. (Finance)<br>Seattle University, USA., 2540<br>Ph.D. (Business Administration)<br>Louisiana State University, USA., 2549                                                | งานวิจัย<br>1. โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยความสอดคล้องทางภาพลักษณ์ กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลางและพฤติกรรมความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ติดตามเฟสบุ๊คธนาคารไทยชั้นนำ, 2560<br>2. อิทธิพลของการโพสเฟสบุ๊คและแนวคิดลูกค้าเป็นศูนย์กลางในฐานะตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการสื่อสารแบบบอกต่อ<br>กรณีศึกษา: เฟสบุ๊คของสโมสรฟุตบอลแห่งหนึ่งในไทยพรีเมียร์ลีก, 2561 | 01134111<br>01134324<br>01134498                                     | 01136498                                                                         |
| 6.       | นางธีรรัตน์ วรพิเชฐ*<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์<br>บธ.บ. (การตลาด)<br>เกียรตินิยมอันดับ 1<br>มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539<br>M.B.A. (Marketing)<br>University of Illinois at Chicago, USA., 2544<br>Ph.D. (International Business)<br>Asian Institute of Technology, 2550          | งานวิจัย<br>1. Event Marketing Practices for Limited Resources Firms, 2560<br>2. Teaching practice across disciplines: marketing and entrepreneurship for youths, 2560<br>3. Innovation Creating in Small Firms, 2561                                                                                                                                                              | 01134111<br>01134311<br>01134314<br>01134490<br>01134491<br>01134498 | 01136321<br>01136412<br>01136421<br>01136490<br>01136492<br>01136496<br>01136498 |
| 7.       | นางสาวประพิมพรรณ ลิ้มสุวรรณ<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์<br>วท.บ. (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี<br>การอาหาร)<br>มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545<br>M.Sc. (Food Industry Management)<br>Imperial College, University of London, UK, 2546<br>ปร.ด. (บริหารธุรกิจ)<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551 | งานวิจัย<br>1. Identifying the Relationship between Parents' Motivation and Initial Trust of Children's Items in the Social Media Networking Context, 2559<br>2. An Analysis of Critical Success factors influencing on performance index for therapeutic product development, 2561                                                                                                | 01134111<br>01134331<br>01134431<br>01134432<br>01134498             | 01136211<br>01136497<br>01136498                                                 |

| ลำดับที่ | ชื่อ - นามสกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิ (สาขาวิชา)<br>ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จ<br>การศึกษา                                                                                                                                                   | ผลงานวิชาการ                                                                                                       | ภาระงานสอน                                   |                                                                                                          |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                    | ปัจจุบัน                                     | หลักสูตร<br>ปรับปรุง                                                                                     |
| 8.       | นายไพฑูรย์ เจตธำรงชัย*<br>อาจารย์<br>B.B.A. (Marketing)<br>มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2535<br>M.Phil (Marketing<br>Management)<br>Manchester University, USA.,<br>2537<br>Ph.D. (Marketing<br>Management)<br>Alliance Manchester Business<br>School, UK, 2541 | งานวิจัย<br>Change in Bank Equity Stakes before<br>Merger Completion, 2560                                         | 01134111<br>01134321<br>01134323<br>01134498 | 01136112<br>01136322<br>01136323<br>01136411<br>01136412<br>01136421<br>01136490<br>01136492<br>01136498 |
| 9.       | นางยุพาวรรณ วรณวานิชย์*<br>รองศาสตราจารย์<br>วท.บ. (เทคโนโลยีทางอาหารและ<br>ชีวภาพ) เกียรตินิยมอันดับ 2<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525<br>พ.บ.ม. (การตลาด)<br>สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,<br>2529                                                      | งานวิจัย<br>Marketing for Thai SMEs and Those<br>Newcomers, 2560                                                   | 01134111<br>01134354<br>01134422<br>01134498 | 01136498                                                                                                 |
| 10.      | นางสาวศิริรัตน์ โกศการิกา<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์<br>B.B.A. (Marketing)<br>มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2545<br>M.Sc. (E-Commerce<br>Management), University of<br>London, UK, 2547<br>Ph.D. (Marketing)<br>University of London, UK,<br>2554                   | งานวิจัย<br>ส่วนประสมของแบรนด์ผู้นำที่ส่งผลต่อ<br>กระบวนการตัดสินใจซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์<br>แห่งประเทศไทย, 2561 | 01134111<br>01134423<br>01134498             | 01136498                                                                                                 |

### 3.2.2 อาจารย์ผู้สอน

| ลำดับที่ | ชื่อ - นามสกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิ (สาขาวิชา)<br>ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จ<br>การศึกษา                                                                                                                                 | ผลงานวิชาการ                                                                    | ภาระงานสอน                                               |                                  |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------|
|          |                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                 | ปัจจุบัน                                                 | หลักสูตร<br>ปรับปรุง             |
| 1.       | นางณัฐกัญย์ ชินนรานันท์<br>อาจารย์<br>กศ.บ. (ธุรกิจศึกษาการตลาด)<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,<br>2541<br>บธ.ม. (การตลาด)<br>มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543<br>Ph.D. (International Business)<br>Asian Institute of Technology,<br>2561 | งานวิจัย<br>Consumers' willingness to pay for green<br>hospital practices, 2562 | 01134111<br>01134212<br>01134355<br>01134490<br>01134498 | 01136490<br>01136492<br>01136498 |

### 3.2.3 อาจารย์พิเศษ

| ลำดับที่ | ชื่อ-นามสกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิ(สาขาวิชา)<br>ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จ<br>การศึกษา                                                                               | ผลงานวิชาการ                                                                                           | ภาระงานสอนใน<br>หลักสูตรปรับปรุง |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| 1        | Mr.Kouichi Morizono<br>Professor<br>B.B.A. (Economics), Keio<br>University, Japan, 2514<br>M.S. (Economics)<br>University of Southern<br>California, USA, 2521                   | งานวิจัย<br>Curriculum Refrom for Internatinal Liberal at<br>AIU : Proposal for School Committee, 2559 | 01136321                         |
| 2        | Mr.Khalid Bin Abdul Wahid<br>Professor<br>B.B.A. (International<br>Relations)(Hons.)<br>International Islamic<br>University, Malaysia, 2541<br>M.S. (Information<br>Management), | งานวิจัย<br>The Role of Social Media in E-Learning,<br>International of innovation and Learning, 2562  | 01136321                         |

| ลำดับที่ | ชื่อ-นามสกุล<br>ตำแหน่งทางวิชาการ<br>คุณวุฒิ(สาขาวิชา)<br>ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จ<br>การศึกษา                                                                                                                                                                                                               | ผลงานวิชาการ                                                                                                                                                                                                                    | ภาระงานสอนใน<br>หลักสูตรปรับปรุง |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
|          | University Teknologi MARA<br>(UiTM), Malaysia, 2543<br>Ph.D. (Business<br>Administration)<br>Kasetsart University, 2558                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                 |                                  |
| 3        | Mrs.Wan Marhaini Wan Omar<br>Professor<br>B.B.A. (Business<br>Administration),<br>St.Louis University (SLU),<br>USA, 2540<br>M.S. (Business Administration),<br>Northern University of<br>Malaysia, 2549<br>Ph.D. (Logistics and Supply<br>Chain Management)<br>RMIT<br>University, Melbourne<br>Australia, 2560 | งานวิจัย<br>1. Instrument development and validation<br>for Halal Food Supply Chain Implementation,<br>2560<br>2. Development and Validation of a<br>Measurement Instrument for Halal Food<br>Supply Chain Implementation, 2560 | 01136341                         |
| 4        | Mrs.Hatinah Abu Bakar<br>Professor<br>B.B.A. (Marketing)<br>University Teknologi MARA<br>(UiTM), Malaysia, 2545<br>M.B.A. (Business Management)<br>University Teknologi MARA<br>Kelantan, Malaysia, 2548<br>Ph.D. (Human Resource<br>Management)<br>University of Utara, Malaysia,<br>2560                       | งานวิจัย<br>Relationship Between Intellectual capital<br>and Woman Owned SME Performance, 2560                                                                                                                                  | 01136211                         |

#### 4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา) (ถ้ามี)

มีรายวิชา 01136490 สหกิจศึกษา ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาสามารถปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการจัดทำรายงานและการนำเสนอ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ หรือ 01136492 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด เป็นวิชาเฉพาะเลือกโดยรายวิชาสหกิจศึกษาใช้ระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา ส่วนวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด ใช้ระยะเวลา 200 ชั่วโมง

##### 4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ผู้เรียนสามารถนำความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการตลาดไปใช้ในการปฏิบัติงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเกิดการเรียนรู้การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยในการวิเคราะห์และทำงานในองค์กร มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย สามารถปรับตัวภายใต้หลักคิดที่มีจริยธรรม การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นในองค์กรและสังคม ตลอดจนการจัดทำรายงาน และการนำผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

##### 4.2 ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

##### 4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

ชั้นเรียนที่ 4 ภาคเรียนที่ 2

#### 5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

##### 5.1 คำอธิบายรายละเอียดโครงการงาน

รายวิชา 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด ให้นิสิตจัดทำแบบสอบถาม ค้นหาหาข้อมูลเพื่อมาวิเคราะห์และตีความของข้อมูลในการจัดทำรายงานวิจัยให้มีคุณภาพ

รายวิชา 01136498 ปัญหาพิเศษ ให้นิสิตศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลทางการตลาด เพื่อนำมาเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน

##### 5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

ผู้เรียนได้รับความรู้ ที่มีคุณภาพมาตรฐาน มีการพัฒนาทักษะและแนวคิดวิเคราะห์ อย่างเป็นเหตุเป็นผลให้ทันต่อความก้าวหน้าทางวิชาการ และการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของสาขาวิชาชีพด้านการตลาด มีกระบวนการคิดในการค้นหาข้อเท็จจริง และสามารถหาแนวทางการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างเป็นระบบ มีทักษะในการประสานงาน มีความสามารถในการสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น รู้จักอ่อนน้อมถ่อมตนกับผู้ที่เกี่ยวข้องในระหว่างทำโครงการ รู้จักการวางแผน และรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมาย ให้เสร็จสมบูรณ์ตามกำหนดเวลา และเป็นไปตามมาตรฐานทางคุณธรรมและจริยธรรม

##### 5.3 ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

##### 5.4 จำนวนหน่วยกิต

รวม 6 หน่วยกิต มี 2 วิชา คือ

01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 3 หน่วยกิต

01136498 ปัญหาพิเศษ 3 หน่วยกิต

### 5.5 การเตรียมการ

มีการบรรยายทบทวนทฤษฎีและสถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยทางการตลาด จากนั้นให้มีการจัดทำข้อเสนอโครงการในรายวิชาโดยเน้นให้รายวิชา 01134491 และ 01136498 เป็นการทำงานโครงการรายบุคคลหัวข้อที่จะนำมาเสนออาจารย์ที่รับผิดชอบรายวิชาจะเน้นประเด็นที่มีความทันสมัย เป็นที่สนใจในขณะนั้น หากได้รับการอนุมัติหัวข้อ จะสามารถนำไปดำเนินการโดยมีการมอบหมายอาจารย์ที่ปรึกษาในสัดส่วนพอๆ กัน และให้ผู้เรียนติดตามงานของตนและเสนอความก้าวหน้าตามกรอบเวลาและรูปแบบเล่มตามวิทยานิพนธ์ ในส่วนของวิชา 01136497 สัมมนา จะเน้นให้นิสิตเปิดโลกทัศน์ด้วยการเข้าดูงานบริษัทชั้นนำ และมีการปฏิบัติงานจัดสัมมนาจริงแบบมืออาชีพ ประชุมการหาประเด็นหรือหัวข้อสัมมนาที่มีความสนใจในช่วงเวลานั้นด้วยวิทยากรที่มีชื่อเสียง

### 5.6 กระบวนการประเมิน

ในการประเมินจะแบ่งประเด็นของการประเมินเป็นส่วนของเนื้อหาสาระในด้านคุณธรรมและจริยธรรมที่เน้นความเป็นผลงานใหม่ไม่ลอกเลียนและแอบอ้างงานผู้อื่น และด้านความรู้ในด้านความคิดสร้างสรรค์ ความสอดคล้องของเนื้อหา การอ้างอิง การเรียบเรียง และความเชื่อถือได้ทางวิชาการ และในการประเมินในส่วนของการวิเคราะห์เพื่อการวัดผลทางปัญญา รวมถึงกำหนดเกณฑ์ความรับผิดชอบในงานทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม กำหนดเกณฑ์เพื่อประเมินทางทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงความถูกต้องในการใช้ภาษา โดยการกำหนดเกณฑ์ต่างๆ ผู้สอนจะชี้แจงและอธิบายหลักเกณฑ์ดังกล่าวในรายละเอียดทุกด้านเพื่อความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน และติดตามให้ส่งโครงการ หรือดำเนินงานตามกรอบเวลาที่ได้รับมอบหมายอย่างมีวินัยด้านเวลา

### หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

#### 1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนิสิต

| คุณลักษณะพิเศษของนิสิต                                                                                            | กลยุทธ์การสอน / กิจกรรม                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1 มีความสามารถในการสร้างความแตกต่างเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด (Value Added in Marketing) ให้แก่สินค้าหรือบริการ | การบรรยายในชั้นเรียน<br>การทำกิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษา<br>การศึกษาดูงานนอกสถานที่<br>การนำเสนอโครงงานกับอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายประเทศทั่วโลก |
| 1.2 มีทักษะในการปฏิบัติงานด้านการตลาด การวิจัยและการวางแผนการตลาดอย่างมีกลยุทธ์และสร้างสรรค์ในบริบทนานาชาติ       | โครงการวิจัยตลาด การเก็บข้อมูลภาคสนาม<br>การฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน การฝึกประสบการณ์ทางการตลาด สหกิจศึกษา ในประเทศและต่างประเทศ                          |
| 1.3 มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แผนการตลาดใหม่ๆ ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ                              | การแข่งขันความเป็นเลิศทางวิชาการตลาดการประกวดแผนการตลาดในเวทีระดับนานาชาติ                                                                             |

## 2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

### 2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

| ผลการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                | กลยุทธ์การสอน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | กลยุทธ์การประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) มีความสามารถในการจัดการปัญหา โดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น มีจิตสาธารณะ มีความรับผิดชอบต่องานตนเอง สภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม<br>2) สำนึกดี สามัคคี มีวินัย และมีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพกฎระเบียบ | <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ในช่วงปฐมนิเทศและปัจฉิมนิเทศ</li> <li>- ทุกรายวิชา มีการสอดแทรกตัวอย่างปัญหาและแนวทางในการแก้ปัญหา ด้านคุณธรรม จริยธรรม ในประเด็นทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง</li> <li>- การเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์</li> <li>- การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม</li> <li>- การสอนแบบอภิปรายจากกรณีตัวอย่าง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้นิสิตประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนและหลังการเรียน</li> <li>- การประเมินโดยอาจารย์ผู้สอนจากการสังเกตพฤติกรรมการแสดงออกของนิสิต</li> <li>- การให้ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ประเมินผลด้านคุณธรรม จริยธรรมของบัณฑิต</li> </ul> |

### 2.2 ด้านความรู้

| ผลการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                              | กลยุทธ์การสอน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | กลยุทธ์การประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) มีความรู้ในหลักการและทฤษฎี มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจ เช่น การตลาด การบัญชี การจัดการ การเงิน การจัดการการผลิต เพื่อนำไปใช้ในการควบคุม และการประเมินผลในระดับนานาชาติ | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การบรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน</li> <li>- มอบหมายหัวข้อรายงาน</li> <li>- กำหนดให้มีการบรรยายภาพรวมหลักสูตรและภาพรวมของความรู้ในรายวิชา ก่อนเข้าสู่บทเรียน</li> <li>- กำหนดให้มีการสรุปย่อความรู้ใหม่ หลังบทเรียน พร้อมทั้งเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิม</li> <li>- การทบทวน การฝึกปฏิบัติ การเรียนโดยใช้กรณีศึกษา</li> <li>- การเชิญอาจารย์พิเศษที่มีประสบการณ์จริงในโลกธุรกิจ</li> <li>- การซักถามและตอบปัญหาในชั้นเรียน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสอบย่อยในชั้นเรียน</li> <li>- การสอบกลางภาคและการสอบไล่ปลายภาค</li> <li>- การประเมินผลระหว่างภาคเรียน เช่น การนำเสนอรายงาน ผลจากการเข้าร่วมโครงการแข่งขันกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนภายนอก</li> <li>- การสัมมนา ร่วมกับนิสิตชาวต่างชาติและหน่วยงานภายนอก</li> <li>- เข้าร่วมกิจกรรมวิชาการในระดับนานาชาติ</li> </ul> |

### 2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

| ผลการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                      | กลยุทธ์การสอน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | กลยุทธ์การประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1) สามารถนำความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง เหมาะสมในการทำงานด้านการตลาดทั้งในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ</p> <p>2) สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การแนะนำและฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์จากโจทย์ที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากตามระดับการเรียนรู้</li> <li>- การมอบหมายงานเพื่อฝึกฝนทักษะการแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษาและโจทย์ปัญหา หรือสถานการณ์จำลอง</li> <li>- การเรียนการสอนในวิชาปัญหาพิเศษที่จะช่วยพัฒนาทักษะทางปัญญาด้วยการบูรณาการความรู้ที่เรียนมาทั้งหมดมาใช้ในการแก้ปัญหาด้านการตลาดทั้งในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ</li> <li>- กำหนดโจทย์ปัญหาและให้นิสิตได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและช่วยกันแก้ไขปัญหาร่วมกับนิสิตนานาชาติ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลงานการสร้างสรรค์กิจกรรม</li> <li>- การสอบข้อเขียนจากโจทย์ที่ต้องใช้ทักษะทางปัญญา</li> <li>- การประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา</li> <li>- การประเมินจากผู้ใช้บัณฑิต</li> <li>- ร่วมประเมินผลการศึกษากับอาจารย์ชาวต่างประเทศ</li> </ul> |

### 2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

| ผลการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | กลยุทธ์การสอน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | กลยุทธ์การประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1) มีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี สามารถประสานงาน ทำงานที่ได้รับมอบหมายตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่อเพื่อนร่วมงานทั้งที่เป็นนิสิตชาวไทยและชาวต่างชาติ</p> <p>2) มีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้นมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และสามารถแสดงความคิดริเริ่มใหม่ ๆ อย่างสร้างสรรค์ทั้งระดับชาติและนานาชาติ</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การมอบหมายงานกลุ่มย่อย การสลับหมุนเวียนสมาชิกกลุ่ม และตำแหน่งหน้าที่ในกลุ่ม</li> <li>- การแนะนำกฎ กติกา มารยาท บทบาทความรับผิดชอบของแต่ละคนในการเรียนรู้ร่วมกันในรายวิชาต่าง ๆ</li> <li>- การสอดแทรกตัวอย่างผลกระทบของทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่มีต่อตนเองและสังคม</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- นิสิตประเมินตนเองและเพื่อนในกลุ่ม โดยสรุปผลการประเมินจากเสียงส่วนใหญ่</li> <li>- การประเมินโดยอาจารย์ สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกของนิสิต</li> <li>- การประเมินทักษะความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และความรับผิดชอบของบัณฑิตโดยผู้ใช้บัณฑิต7</li> </ul> |

## 2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

| ผลการเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | กลยุทธ์การสอน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | กลยุทธ์การประเมินผล                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณในการศึกษาค้นคว้า และแก้ไขปัญหา<br>2) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนองานและสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคคลที่แตกต่างกัน และใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น จัดการ จัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และสามารถวิเคราะห์และดำเนินปัญหาพิเศษในต่างประเทศได้<br>3) มีทักษะทางการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การสรุปประเด็นถ่ายทอดความรู้และนำเสนอผลงาน และการใช้สื่ออื่นๆ ให้ผู้อื่นเข้าใจได้ | - การมอบหมายงานที่ต้องใช้ทักษะด้านการสืบค้นข้อมูล การจัดการ และจัดเก็บข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น งานวิจัย การหาข้อมูลเพื่อจัดทำรายงาน เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ<br>- การแนะนำวิธีการจัดการข้อมูล การสื่อสาร การนำเสนอที่เหมาะสม การติดตามและตรวจสอบกระบวนการทำงาน<br>- การมอบหมายให้จัดทำรายงาน ที่ต้องมีการเรียบเรียงนำเสนอเป็นภาษาต่างประเทศเชิงวิชาการ โดยนำเสนอเป็นภาษาต่างประเทศ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ | - การประเมินจากผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และการจัดการข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ<br>- การประเมินจากรูปแบบการนำเสนอรายงาน หรือผลการปฏิบัติงาน<br>- การประเมินทักษะการสื่อสารด้วยภาษาจากการเขียนรายงาน<br>- การประเมินทักษะการสื่อสารด้วยวาจาจากการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน การอภิปรายในชั้นเรียน |

## 3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

| รายวิชา  | 1. คุณธรรม จริยธรรม |   | 2. ความรู้ | 3. ทักษะทางปัญญา |   | 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ |   | 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ |   |   |
|----------|---------------------|---|------------|------------------|---|---------------------------------------------------|---|----------------------------------------------------------------------|---|---|
|          | 1                   | 2 | 1          | 1                | 2 | 1                                                 | 2 | 1                                                                    | 2 | 3 |
| 01136112 | ●                   | ○ | ●          | ●                | ○ | ○                                                 | ● | ○                                                                    | ● | ○ |
| 01136211 | ●                   | ○ | ●          | ○                | ○ | ●                                                 | ● | ○                                                                    | ● | ○ |
| 01136311 | ●                   | ● | ●          | ○                | ○ | ●                                                 | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01136312 | ●                   | ● | ●          | ●                | ○ | ●                                                 | ○ | ●                                                                    | ○ | ● |
| 01136321 | ●                   | ● | ●          | ●                | ○ | ●                                                 | ● | ●                                                                    | ○ | ● |
| 01136322 | ○                   | ● | ●          | ●                | ○ | ●                                                 | ● | ●                                                                    | ○ | ● |
| 01136323 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                 | ● | ●                                                                    | ○ | ● |
| 01136411 | ●                   | ● | ●          | ●                | ○ | ●                                                 | ● | ●                                                                    | ○ | ● |
| 01136412 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                 | ● | ●                                                                    | ○ | ● |
| 01136421 | ●                   | ● | ●          | ●                | ○ | ●                                                 | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01136490 | ○                   | ● | ●          | ○                | ● | ●                                                 | ○ | ●                                                                    | ● | ○ |
| 01136492 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                 | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01136496 | ●                   | ● | ●          | ●                | ○ | ●                                                 | ● | ●                                                                    | ○ | ● |

| รายวิชา  | 1. คุณธรรม จริยธรรม |   | 2. ความรู้ | 3. ทักษะทางปัญญา |   | 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบต่อสังคม |   | 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ |   |   |
|----------|---------------------|---|------------|------------------|---|-----------------------------------------------------------|---|----------------------------------------------------------------------|---|---|
|          | 1                   | 2 | 1          | 1                | 2 | 1                                                         | 2 | 1                                                                    | 2 | 3 |
| 01136497 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01136498 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01101181 | ●                   | ● | ●          | ○                | ● | ○                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01130171 | ●                   | ● | ●          |                  | ● | ○                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01131211 | ●                   | ● | ●          |                  | ● | ○                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01132111 | ○                   |   | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01133211 | ●                   | ● | ●          | ○                | ● | ○                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134111 | ●                   | ● | ●          | ●                | ○ |                                                           | ○ | ●                                                                    |   | ○ |
| 01134212 | ●                   | ○ | ●          | ○                | ○ | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134311 | ●                   | ○ | ●          | ●                |   | ●                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01134312 | ●                   | ○ | ●          | ○                | ● | ○                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01134314 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134315 | ○                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134321 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134322 | ●                   | ○ | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ○ |
| 01134323 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01134324 | ●                   | ○ | ●          | ●                | ○ | ●                                                         | ○ | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134325 | ●                   | ● | ●          | ●                | ○ | ●                                                         |   |                                                                      | ● | ● |
| 01134331 | ●                   | ○ | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01134332 | ●                   | ○ | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01134333 | ●                   | ○ | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134341 | ●                   | ○ | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134342 | ●                   | ● | ●          | ●                | ○ | ●                                                         | ○ | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134351 | ○                   | ● | ●          | ●                | ● | ○                                                         | ● |                                                                      | ● | ● |
| 01134353 | ●                   | ● | ●          | ○                | ○ | ●                                                         | ● |                                                                      | ● | ● |
| 01134354 | ●                   | ○ | ●          | ○                | ● | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134355 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01134356 | ●                   | ● | ●          | ○                | ● | ○                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134411 | ○                   | ● | ●          | ○                | ● | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134412 | ●                   | ● | ●          | ●                |   | ○                                                         | ● | ●                                                                    | ○ | ● |
| 01134413 | ●                   | ● | ●          | ●                | ○ | ●                                                         | ○ | ●                                                                    | ● | ● |
| 01134421 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ○                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134422 | ●                   | ○ | ●          |                  | ● | ●                                                         | ● |                                                                      | ● | ● |
| 01134423 | ●                   | ● | ●          | ○                | ○ | ●                                                         | ● | ○                                                                    | ● | ● |
| 01134431 | ○                   | ● | ●          |                  | ● | ●                                                         | ● |                                                                      | ○ | ● |
| 01134432 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                         | ● | ●                                                                    | ○ | ● |

| รายวิชา  | 1. คุณธรรม จริยธรรม |   | 2. ความรู้ | 3. ทักษะทางปัญญา |   | 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ |   | 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ |   |   |
|----------|---------------------|---|------------|------------------|---|---------------------------------------------------|---|----------------------------------------------------------------------|---|---|
|          | 1                   | 2 | 1          | 1                | 2 | 1                                                 | 2 | 1                                                                    | 2 | 3 |
| 01134442 | ●                   | ○ | ●          | ●                | ● | ●                                                 | ● | ●                                                                    | ● | ● |
| 01134491 | ●                   | ● | ●          | ●                | ● | ●                                                 | ● | ●                                                                    | ● | ● |

#### หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

#### 1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดังนี้

#### 14. การวัดและประเมินผลการศึกษา

14.1 การประเมินผลการศึกษาของแต่ละรายวิชาจะกระทำได้เป็นระดับคะแนนต่างๆ ซึ่งมีความหมายและแต้มคะแนนดังต่อไปนี้

| ระดับคะแนน | ความหมาย                                     | แต้มคะแนน |
|------------|----------------------------------------------|-----------|
| A          | ดีเยี่ยม (excellent)                         | 4.0       |
| B+         | ดีมาก (very good)                            | 3.5       |
| B          | ดี (good)                                    | 3.0       |
| C+         | ค่อนข้างดี (fairly good)                     | 2.5       |
| C          | พอใช้ (fair)                                 | 2.0       |
| D+         | อ่อน (poor)                                  | 1.5       |
| D          | อ่อนมาก (very poor)                          | 1.0       |
| F          | ตก (fail)                                    | 0.0       |
| I          | ยังไม่สมบูรณ์ (incomplete)                   | -         |
| S          | พอใจ (satisfactory)                          | -         |
| U          | ไม่พอใจ (unsatisfactory)                     | -         |
| P          | ผ่าน (passed)                                | -         |
| NP         | ไม่ผ่าน (not passed)                         | -         |
| N          | ยังไม่ทราบระดับคะแนน<br>(grade not reported) | -         |

ระดับคะแนน I ใช้เฉพาะกรณีที่นิสิตมีงานบางส่วนในวิชานั้นยังไม่สมบูรณ์ แต่มีการวัดผลอย่างอื่นของวิชานั้นตลอดภาคการศึกษา และเป็นที่พอใจของอาจารย์ผู้สอน

ระดับคะแนน S และ U ใช้สำหรับรายวิชาที่นิสิตลงทะเบียนเรียนประเภทไม่นับหน่วยกิต (Audit)

ระดับคะแนน P ใช้สำหรับรายวิชาที่ไม่นำค่าของหน่วยกิตมาคำนวณแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสม การฝึกงานที่ไม่มีหน่วยกิต หรือรายวิชาที่มีการเทียบโอนจากการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบัน

ระดับคะแนน N ใช้เฉพาะกรณีที่ยังไม่ได้รับรายงานการประเมินผลการศึกษา

14.2 นิสิตต้องดำเนินการขอแก้ไขระดับคะแนน I และ N ให้เสร็จสิ้นภายใน 30 วันหลังวันส่งคะแนน วันสุดท้ายของภาคการศึกษานั้น การผ่อนผันต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และได้รับอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชานั้น ทั้งนี้ ต้องไม่เกินสิ้นภาคการศึกษาปกติถัดไป หากไม่ปฏิบัติตามให้ถือว่า นิสิตผู้นั้นได้ระดับคะแนน F หรือ U ในรายวิชานั้น

## 2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิต

### 2.1 การทวนสอบระดับรายวิชาขณะนิสิตยังไม่สำเร็จการศึกษา

- แต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
- คณะกรรมการตรวจสอบความเหมาะสมของวิธีการ เครื่องมือที่ใช้ประเมินผลการเรียน ที่สอดคล้องกับที่กำหนดในรายละเอียดของรายวิชา

- ทวนสอบจากการประเมินผลการเรียนการสอนของนิสิตและผู้สอน
- คัดเลือกรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา โดยคณะกรรมการดูผลการเรียน การสัมภาษณ์นิสิต

### 2.2 การทวนสอบระดับหลักสูตร หลังจากนิสิตสำเร็จการศึกษา

- ทวนสอบจากการสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิต
- การประเมินโดยผู้ใช้บัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน
- การวิพากษ์หลักสูตรจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

## 3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดังนี้

28.1 นิสิตต้องยื่นคำร้องแสดงความจำนงขอจบการศึกษาต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต ภายใน 30 วัน นับแต่วันเปิดเรียนของภาคการศึกษาสุดท้าย ที่นิสิตคาดว่าจะสอบได้หน่วยกิตครบถ้วนตามหลักสูตร

28.2 นิสิตที่มีสิทธิ์ขอรับปริญญา ต้องศึกษารายวิชาและปฏิบัติตามข้อกำหนดครบถ้วนตามความต้องการแห่งหลักสูตร โดยมีแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตร ตั้งแต่ 2.00 ขึ้นไป และมีระยะเวลาศึกษาในมหาวิทยาลัยไม่ต่ำกว่า 6 ภาคการศึกษาปกติสำหรับหลักสูตร 4 ปี หรือไม่ต่ำกว่า 8 ภาคการศึกษาปกติสำหรับหลักสูตร 5 ปี และไม่ต่ำกว่า 10 ภาคการศึกษาปกติสำหรับหลักสูตร 6 ปี ทั้งนี้ ยกเว้นผู้ที่ได้รับการเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิต

28.3 นิสิตต้องสอบได้ทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนไว้ จึงมีสิทธิ์ขอจบและรับปริญญาได้ กรณีที่สอบตก (F) ในรายวิชาที่เป็นวิชาเลือกเสรี อาจเลือกเรียนรายวิชาอื่นทดแทนได้ โดยความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือหัวหน้าภาควิชา และคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต

28.4 นิสิตอาจยื่นคำร้องขอรับอนุปริญญาได้ กรณีเมื่อเรียนครบหลักสูตรและเงื่อนไขด้วยอนุปริญญาที่กำหนดไว้ในแต่ละหลักสูตร หรือกรณีที่นิสิตเรียนครบตามหลักสูตร ในข้อ 28.2 และปฏิบัติตามข้อกำหนดและระเบียบ แต่ได้แต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.00

28.5 นิสิตต้องชำระหนี้สินทั้งหมดที่มีต่อมหาวิทยาลัย ต่อคณะ หรือต่อภาควิชาให้เรียบร้อยเสร็จสิ้นก่อน จึงจะได้รับการเสนอชื่อเพื่อขอรับปริญญาหรืออนุปริญญา

28.6 นิสิตที่สมควรได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญาหรืออนุปริญญาต้องเป็นผู้ที่มีความประพฤติไม่ขัดต่อระเบียบของมหาวิทยาลัยและวินัยของนิสิต

28.7 สภามหาวิทยาลัย เป็นผู้พิจารณาอนุมัติปริญญาหรืออนุปริญญา

28.8 ผู้สำเร็จการศึกษาที่จะได้รับการเสนอชื่อเพื่อขอเข้ารับพระราชทานปริญญาหรืออนุปริญญาได้ต้องผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมนิสิตและต้องเข้าร่วมทดสอบความรู้หรือทักษะอื่นตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

28.9 พิธีประสาทปริญญากำหนดปีละหนึ่งครั้ง

## หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์

### 1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 อาจารย์ใหม่จะได้รับการแนะนำหลักสูตรและบทบาทรายวิชาที่สอนจากอาจารย์ประจำหลักสูตรของภาควิชา

1.2 อาจารย์ใหม่จะได้รับผิดชอบในรายวิชาพื้นฐานและรายวิชาที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญทั้งนี้จะต้องจัดทำมคอ.3 สำหรับรายวิชาที่ตนรับผิดชอบ โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ และหรือจากอาจารย์ผู้มีประสบการณ์ในรายวิชานั้นมาก่อน

1.3 อาจารย์พิเศษ ต้องมีหนังสือเชิญเพื่อเป็นอาจารย์พิเศษสำหรับการบรรยายโดยระบุ หัวข้อบรรยาย ที่สอดคล้องกับเนื้อหาในรายวิชา โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชานั้นเป็นผู้เสนอชื่ออาจารย์พิเศษต่อหัวหน้าภาคเพื่อเสนอคณะคณบดีอนุมัติ

### 2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

#### 2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) มีการจัดให้อาจารย์ผู้สอนของโครงการฯ วิจารณ์บรรยายการจัดการเรียนการสอนเพื่อร่วมกันพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในชั้นเรียน และวิธีการแก้ไขปัญหาในการเรียนการสอน ตลอดจนการร่วมกันหารือเกี่ยวกับการวัดและการประเมินผลสำหรับรายวิชาที่มีอาจารย์ผู้สอนร่วมหลายคน

- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสอนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น โปรแกรม Edufarm, Google Classroom และโปรแกรมสนับสนุนการสอนอื่น ๆ

- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมโครงการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผลที่จัดโดยคณะฯ และมหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอก

- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนใน การเข้าร่วมอบรม สัมมนาวิชาการในสาขาที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศให้แก่คณาจารย์ทุกท่าน

- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนการทำวิจัย การเขียนตำราวิชาการ เอกสารประกอบการสอนเป็นภาษาต่างประเทศ

#### 2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

- การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ โดยสนับสนุนให้อาจารย์เข้าอบรมเรื่องการเขียนบทความเชิงวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและระดับนานาชาติ

- การมอบหมายให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการประกวดแข่งขันของนิสิตเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์อาจารย์ในโลกธุรกิจ

## หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

### 1. การกำกับมาตรฐาน

1.1 ในระดับมหาวิทยาลัย การดำเนินการหลักสูตรต้องเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของกระทรวงศึกษาธิการ

1.2 ในระดับคณะ คณบดีแต่งตั้งอาจารย์ประจำที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของกระทรวงศึกษาธิการ โดยมีคณะกรรมการการศึกษาของคณะฯ เป็นผู้กำกับติดตามและให้ความเห็นข้อแนะนำเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตรโดยเฉพาะในประเด็นการกำกับมาตรฐาน ตามองค์ประกอบที่ 1 ของการประกันคุณภาพภายใน ระดับหลักสูตร

1.3 ในระดับหลักสูตร ประธานหลักสูตร และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกันในการบริหารหลักสูตรให้เป็นไปตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

### 2. บัณฑิต

หลักสูตรกำหนดคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ซึ่งครอบคลุมผลการเรียนรู้ 5 ด้านคือ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งในแต่ละปีการศึกษาจะจัดให้มีการประเมินคุณภาพบัณฑิตตามคุณลักษณะดังกล่าวโดยผู้ใช้บัณฑิต ดำเนินการสำรวจภาวะการมีงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิตปริญญาตรี

### 3. นิสิต

การรับนิสิต รับนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติที่มีทักษะการใช้ภาษาไทยได้ดีตามแผนการรับนิสิตที่กำหนดไว้ โดยมีคุณสมบัติของผู้สมัครเป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมีกระบวนการรับนิสิตใหม่เป็นไปตามข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเมื่อรับนิสิตใหม่แล้ว หลักสูตรได้มีการเตรียมความพร้อมด้วยการจัดปฐมนิเทศในระดับหลักสูตรโดยเชิญคณาจารย์ของภาควิชาทุกท่านให้อธิบายและแนะนำทางวิชาการแก่นิสิตใหม่ อธิบายถึงการจัดการที่ได้ดำเนินการในการให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการแก่นิสิต รวมถึงตารางการทำงานของอาจารย์และการแนะนำแผนการเรียนในหลักสูตร การเลือกและวางแผนสำหรับอาชีพ มีระบบอาจารย์ที่ปรึกษาของมหาวิทยาลัย อาจารย์ทุกท่านมีนิสิตที่ปรึกษาอยู่ในความรับผิดชอบ และระบบติดตามการลงทะเบียนของนิสิตในที่ปรึกษา และได้แสดงตารางการทำงานของอาจารย์ ตลอดจนเวลาสำหรับการเข้าพบของนิสิตที่ปรึกษาและช่องทางการติดต่ออาจารย์ที่ปรึกษาไว้อย่างชัดเจน

- หลักสูตรจัดให้มีกิจกรรมอาจารย์พบนิสิตที่ปรึกษาปีการศึกษาละ 2 ครั้ง (ภาคต้นและภาคปลาย)

การพัฒนาศักยภาพนิสิตและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้แก่กิจกรรมด้านพัฒนาทักษะวิชาชีพ กิจกรรมพัฒนาบุคลิกภาพ กิจกรรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมการสร้างเครือข่ายระหว่างสถาบันในต่างประเทศ การเปิดโอกาสให้นิสิตมีอิสระเสรีในการเลือกทำกิจกรรมที่เหมาะสม

#### 4. อาจารย์

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) มีกระบวนการรับอาจารย์ใหม่และแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร ดังนี้

##### 1. การรับอาจารย์ใหม่

มีการสรรหาคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

##### 2. อาจารย์ใหม่ประจำหลักสูตร

การแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรมีกระบวนการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร ดังนี้

- หลักสูตรมีการประชุมพิจารณาคัดเลือกอาจารย์ประจำภาควิชาจำนวน 5 คน เพื่อแต่งตั้งเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตร โดยพิจารณาจากคุณวุฒิ ตำแหน่งทางวิชาการ ผลงานวิจัยและวิชาการ ประสบการณ์
- จัดทำแผนภูมิอาจารย์ประจำหลักสูตร
- เสนอการเปลี่ยนแปลงอาจารย์ประจำหลักสูตรตามแบบ สมอ.08 และ อจ.มก.
- อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมร่วมกัน เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับโครงสร้างหลักสูตร รายวิชา ตัวอย่างแผนการเรียน การจัดทำ มคอ.3 /5/7 แก่อาจารย์ใหม่ มอบหมายอาจารย์พี่เลี้ยง 1 คน เพื่อให้คำแนะนำดูแลอาจารย์ใหม่ประจำหลักสูตร

#### ระบบการบริหารอาจารย์ใหม่

หลักสูตรมีการกำหนด ภาระงาน/การทำหน้าที่อาจารย์ประจำหลักสูตร การสอนรายวิชาพื้นฐาน และรายวิชาในหลักสูตร สายงานวิจัย และแนะนำอาจารย์ที่สอนในรายวิชาต่าง ๆ หากอาจารย์ใหม่สนใจเป็นผู้สอนร่วม อาจารย์ประจำทำหน้าที่ให้คำปรึกษา

กำหนดภาระงานสอนในหลักสูตร มีการประชุมร่วมกัน โดยมีการกำหนดในการประชุมหลักสูตร ทั้งภาคต้นและภาคปลาย กำหนดหน้าที่รับผิดชอบของอาจารย์ในการงานบริหารหลักสูตร เช่น การคัดเลือกนิสิตเข้าเรียน การทวนสอบ การดูแลนิสิตในที่ปรึกษา นอกจากนี้ยังกำหนดผู้รับผิดชอบในแผนงานของภาควิชา เช่น การบริการวิชาการ กิจกรรมนิสิต

มีระบบส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ ให้มีความก้าวหน้าทางด้านวิชาการ

- มีการอบรมสัมมนา ศึกษาดูงาน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำความรู้มาพัฒนาต่อยอด ให้มีความทันสมัย และสามารถนำมาปรับใช้ในการเรียนการสอน

#### การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

- การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ
- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การสอนระหว่างอาจารย์ที่มีผลการสอนดีเด่น เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ให้แก่อาจารย์ท่านอื่น ๆ ในแต่ละภาคการศึกษา
- การมอบหมายให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการประกวดแข่งขันของนิสิตเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์อาจารย์ในโลกธุรกิจ

## การเตรียมการสำหรับอาจารย์ประจำหลักสูตรใหม่

หลักสูตร มีการเตรียมการสำหรับอาจารย์ประจำหลักสูตรใหม่ดังนี้

1) จัดหาเอกสารที่เกี่ยวข้องด้านการเรียนการสอน เช่น รายละเอียดหลักสูตร กฎระเบียบ/ข้อปฏิบัติทางการศึกษา คู่มือนิสิต คู่มืออาจารย์ที่ปรึกษา ระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จรรยาบรรณอาจารย์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2) ปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ ตามที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดขึ้น เพื่อให้ทราบถึงบทบาท หน้าที่ ภาระงาน และเส้นทางการพัฒนาตนเอง

3) อาจารย์เข้าอบรมในหลักสูตรอาจารย์ใหม่ที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น ภาควิชาและหลักสูตรสนับสนุนให้อาจารย์ใหม่เข้าร่วมโครงการอบรมต่าง ๆ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ ความรับผิดชอบ การจัดการเรียนการสอน วิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การวิจัยในชั้นเรียน การวัดผลและประเมินผล การใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสอน และการจัดทำประมวลการสอน

4) กำหนดภาระงานที่ชัดเจนในด้านการสอนและการวิจัย โดยหัวหน้าภาคและประธานหลักสูตรให้คำแนะนำ และติดตามการทำงาน หลักสูตรกำหนดความรับผิดชอบในงานบริหารหลักสูตรให้แก่อาจารย์ใหม่ด้วย

## การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสอนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมโครงการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผลที่จัดโดยคณะฯ และมหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอก
- อาจารย์ประจำหลักสูตรได้รับเชิญเป็นวิทยากรบรรยายให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้งยังได้รับเชิญเป็นผู้ประเมินหลักสูตรให้แก่สถาบันการศึกษาภายนอกด้วย

## 5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

ในการพัฒนาหลักสูตรและสาระในรายวิชาให้มีความทันสมัย หลักสูตรใช้กลไกการวิจัยสถาบันโดยเน้นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักได้แก่ คู่แข่ง ผู้ใช้บัณฑิต อาจารย์ผู้สอนและผู้เรียน โดยมีคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรที่แต่งตั้งโดยคณบดี ซึ่งประกอบด้วย รองคณบดีฝ่ายวิชาการ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกอย่างน้อย 2 ท่าน รับผิดชอบดำเนินการ

ในการจัดการเรียนการสอน ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกับภาควิชากำหนดผู้สอนในรายวิชาต่างๆ ตามความเชี่ยวชาญชำนาญ รวมถึงการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หรือการศึกษาค้นคว้าอิสระ ซึ่งจะแต่งตั้งตามความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการศึกษาค้นคว้าอิสระ และจะทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่นิสิตในที่ปรึกษาตั้งแต่การพัฒนาหัวข้อจนถึงการทำวิทยานิพนธ์หรือการศึกษาค้นคว้าอิสระ การสอบป้องกัน และการเผยแพร่ผลงานวิจัยจนสำเร็จการศึกษา

หลักสูตรมีการประเมินผู้เรียนในรายวิชาต่างๆ จากผลคะแนนและพฤติกรรมอันสะท้อนมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ของรายวิชานั้นๆ และประเมินผู้เรียนในภาพรวมจากการประเมินวิทยานิพนธ์หรือการศึกษาค้นคว้าอิสระ

นอกจากนี้หลักสูตรยังมีการกำกับให้มีการดำเนินการตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

## 6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้หลักสำหรับนิสิตที่ศึกษาในหลักสูตรได้แก่ สำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ซึ่งมีความพร้อมในการให้บริการตำรา เอกสารสิ่งพิมพ์ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ สื่อ และระบบสารสนเทศต่างๆ ซึ่งนิสิตสามารถสืบค้นและศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเองได้ นอกจากนี้นิสิตยังสามารถใช้บริการจากห้องสมุดพิทยาลงกรณ์ ซึ่งเป็นห้องสมุดของคณะบริหารธุรกิจและคณะเศรษฐศาสตร์ได้อีกด้วย พร้อมทั้งระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

เพื่อให้สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีเพียงพอและเหมาะสมกับการใช้งาน ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะประสานงานกับสำนักหอสมุดในการจัดหาตำรา หนังสืออ้างอิงที่เกี่ยวข้องเพื่อบริการให้แก่อาจารย์และนิสิตได้ค้นคว้าและใช้ประกอบการเรียนการสอนโดยให้อาจารย์ผู้สอนมีส่วนในการเสนอแนะรายชื่อหนังสือ ตำรา วารสารสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ โดยมีการจัดสรรงบประมาณและแผนงบประมาณเพื่อจัดซื้อทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม ทั้งนี้จะมีการสอบถามอาจารย์ถึงความต้องการการจัดซื้อตำรา หนังสืออ้างอิง เอกสารการสอนอื่นๆ รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ก่อนเปิดภาคเรียนในแต่ละภาคการศึกษา

## 7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

| ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย                                                                                                                                                                                | ปีการศึกษา |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                                                                     | 2563       | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
| 1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร                                                                                          | X          | X    | X    | X    | X    |
| 2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ แห่งชาติหรือมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/ สาขาวิชา (ถ้ามี)                                                                           | X          | X    | X    | X    | X    |
| 3. มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อน การเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา                                               | X          | X    | X    | X    | X    |
| 4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของ ประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุด ภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา                   | X          | X    | X    | X    | X    |
| 5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลัง สิ้นสุดปีการศึกษา                                                                                                            | X          | X    | X    | X    | X    |
| 6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ. 3 และ มคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา                                              | X          | X    | X    | X    | X    |
| 7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผล การเรียนรู้จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว ซึ่งได้รับความ เห็นชอบจากคณะกรรมการประจำคณะให้ดำเนินการ | X          | X    | X    | X    | X    |
| 8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศ โดยเฉพาะเป้าประสงค์ของหลักสูตร หรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน                                                                                   | X          | X    | X    | X    | X    |
| 9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับ ศาสตร์ที่สอนหรือเทคนิคการเรียนการสอน อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง                                                           | X          | X    | X    | X    | X    |

| ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย                                                                                                                                                                                                   | ปีการศึกษา |      |      |      |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                                                                                        | 2563       | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
| 10. บุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอนทุกคน ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ให้กับนิสิต (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือ วิชาชีพ ภายใต้ความรับผิดชอบของส่วนงานต้นสังกัด และมีการนำผลไปปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน | X          | X    | X    | X    | X    |
| 11. ระดับความพึงพอใจของนิสิตปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพการบริหารหลักสูตรโดยรวม เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จาก คะแนนเต็ม 5.0                                                                                          | X*         | X*   | X*   | X    | X    |
| 12. ระดับความพึงพอใจของผู้ช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จาก คะแนนเต็ม 5.0                                                                                                                           | X*         | X*   | X*   | X*   | X    |

### หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

#### 1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

##### 1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

1) จัดให้มีแบบประเมินจากผู้สอนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการและกลยุทธ์การสอนเพื่อให้อาจารย์ประจำหลักสูตรได้ทราบข้อมูลในด้านต่างๆ เป็นประจำภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง

2) ให้อาจารย์ได้อบรมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตรหรือวิธีการสอน เพื่อปรับปรุงเทคนิควิธีการสอนให้มีประสิทธิภาพ

3) ให้นิสิตประเมินการเรียนการสอนแต่ละรายวิชา ๆ ละ 2 ครั้ง จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลการประเมินของนิสิตเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการเรียนการสอน โดยรายวิชาใดที่ได้คะแนนการประเมินต่ำกว่า 3.5 นั้นถือว่าต้องการการปรับปรุงอย่างมาก ซึ่งกรรมการบริหารหลักสูตรจะต้องรีบดำเนินการแก้ไข

##### 1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

- 1) ให้นิสิตทำการประเมินการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา ภาคการศึกษาละ 2 ครั้ง
- 2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือคณะกรรมการดำเนินงานสังเกตการณ์การเรียนการสอนของอาจารย์
- 3) การทดสอบผลการเรียนรู้ของนิสิตในหลักสูตรโดยเทียบเคียงกับนิสิตของสถาบันอื่นในหลักสูตรเดียวกัน
- 4) การจัดอันดับเกี่ยวกับกระบวนการในการพัฒนาความรู้และทักษะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดที่นิสิตต้องการ

#### 2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

กระบวนการที่ใช้เพื่อจะได้ข้อมูลต่างๆย้อนกลับในการประเมินคุณภาพของหลักสูตรในภาพรวมและการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังจากกลุ่มบุคคล ดังนี้

- 1) นิสิตและบัณฑิต ทำการสำรวจข้อมูลจากนิสิตใหม่และนิสิตปีสุดท้าย
- 2) ผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือผู้ประเมินภายนอกเป็นผู้ให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะ
- 3) สำรวจข้อมูลจากผู้ใช้บัณฑิตและ/หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ

#### 3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

ดำเนินการประเมินตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยคณะกรรมการประเมินอย่างน้อย 3 คน ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาซึ่งเป็นคณะกรรมการประเมินชุดเดียวกับการประกันคุณภาพภายใน

#### 4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

4.1 รวบรวมข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการประเมินของบุคคลทั้ง 3 กลุ่มตามข้อ 2

4.2 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในแง่ของข้อดี ข้อเสีย โอกาสและอุปสรรค ของการดำเนินงานหลักสูตร โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร คณะกรรมการดำเนินงานโครงการ ร่วมกับคณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง

4.3 เสนอแนวทางและแผนการพัฒนาปรับปรุง และบรรจุแผนการปรับปรุงหลักสูตรไว้ในยุทธศาสตร์การบริหารงานของโครงการฯ

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136112 3(3-0-6)  
ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดและกฎหมาย  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing and Laws
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
☐ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....  
☒ หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
☒ วิชาเฉพาะบังคับ  
☐ วิชาเฉพาะเลือก  
☐ หมวดวิชาเลือกเสรี  
☐ วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การดำเนินการการตลาดในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งจากอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงจากพฤติกรรมผู้บริโภคและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การตอบสนองความต้องการผู้บริโภคต้องใช้ทั้งวิธีการสื่อสารแบบดั้งเดิมหรือออฟไลน์และการสื่อสารแบบออนไลน์ซึ่งมีกฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับระบบคอมพิวเตอร์และการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนการวางแผนส่วนประสมการตลาดยังต้องคำนึงถึงนโยบายรัฐและกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทางกฎหมายเพื่อใช้ประเมินโอกาสและอุปสรรคทางการตลาดและวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องต่อไป

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถอธิบายความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกฎหมายที่ส่งผลต่อการตลาด สามารถวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคทางการตลาดจากสภาพแวดล้อมดังกล่าวได้

## 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางกฎหมายต่อการตลาด ความหมายและประเภทของกฎหมาย และกฎหมายการตลาด กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ทรัพย์สินทางปัญญา ข้อตกลงทางการค้า ความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ มาตรฐานสินค้า การกำหนดราคา พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ แฟรนไชส์ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายตรง การตลาดทางตรง และประเด็นทางกฎหมายอื่นๆ สำหรับนักการตลาด การประเมินอิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางกฎหมายต่อการตัดสินใจทางการตลาดและกิจกรรมทางการตลาด

Importance of legal environment in marketing. Definition and classification of laws and marketing laws. Laws and regulations involving consumer protection, computer and information technology, intellectual property, trade agreements, product liability, product standards, pricing, electronic commerce, franchise, advertising, sales promotion, direct sales, direct marketing and other legal issues. for marketers. Assessing the influence of legal environment on marketing decisions and activities.

## 8.อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

## 9 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136211 3(3-0-6)  
 ชื่อวิชาภาษาไทย สถิติสำหรับการตลาด  
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Statistics for Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
     ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....  
     (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
         (✓) วิชาเฉพาะบังคับ  
         ( ) วิชาเฉพาะเลือก  
     ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
     ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในการตัดสินใจทางการตลาด สิ่งสำคัญคือการนำข้อมูลทางการตลาดจากช่องทางต่างๆเพื่อมาวิเคราะห์และวางแผนทางการตลาด การศึกษาเกี่ยวกับสถิติพื้นฐานที่เกี่ยวข้องจะนำไปใช้สนับสนุนการตอบคำถาม แก้ปัญหาและตัดสินใจทางการตลาดดังกล่าวได้ นอกจากนี้ นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาสถิติเฉพาะด้านทางการตลาดโดยเฉพาะสถิติการตลาดที่เกิดจากการเติบโตของการตลาดออนไลน์เพื่อนำไปใช้วางแผนการตลาดรูปแบบใหม่ๆ ในการตอบสนองลูกค้าต่อไปได้

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถอธิบายความรู้เกี่ยวกับสถิติสำหรับการตลาด สามารถคำนวณสถิติที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้

## 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

การนำสถิติมาประยุกต์ใช้กับการตลาด การค้นหาความรู้พื้นฐานข้อมูล การประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐาน ประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง วิธีการรวบรวมข้อมูล การอธิบายข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและสถิติอนุมาน การรายงานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด สถิติเกี่ยวกับการตลาด สถิติเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา สถิติเกี่ยวกับการตลาดด้านเครื่องมือค้นหาข้อมูล สถิติเกี่ยวกับการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ สถิติเกี่ยวกับการตลาดวิดีโอ สถิติเกี่ยวกับการตลาดทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ สถิติเกี่ยวกับการตลาดทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ สถิติเกี่ยวกับผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้า สถิติด้านการโฆษณา และสถิติด้านการตลาดอื่นๆ

Application of statistics to marketing. Data mining. Estimation and hypotheses testing. Populations, samples, and sampling techniques. Data collection methods. Describing data using descriptive statistics and inferential statistics. Reporting data for marketing decision making. Marketing statistics, content marketing statistics, search engine marketing statistics, social media statistics, video marketing statistics, email marketing statistics, mobile marketing statistics, lead generation statistics, advertising statistics and other marketing statistics.

## 8. อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

## 9 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136311 3(3-0-6)  
ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดเพื่อความยั่งยืน  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sustainable Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....  
(✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
(✓) วิชาเฉพาะบังคับ  
( ) วิชาเฉพาะเลือก  
( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

เนื่องจากแนวความคิดด้านความยั่งยืนเป็นแนวคิดที่ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและการตลาดอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ ในขณะที่ทางด้านผู้บริโภคเริ่มมีความตื่นตัวในการบริโภคสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นสร้างความยั่งยืนไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและการบริโภคของคนรุ่นหลัง ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินการตลาดเพื่อความยั่งยืนจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนิสิตในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพไม่ว่าจะเป็นเจ้าของธุรกิจหรือปฏิบัติงานกับองค์กรต่างๆที่คำนึงถึงความยั่งยืนต่อไป

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถอธิบายแนวคิดและมีความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดอย่างมีความยั่งยืนได้

#### 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

แนวคิดและความสำคัญของการตลาดเพื่อความยั่งยืน การวัดความสำเร็จขององค์กรจากแนวคิดมุมมอง 3 ด้าน อันได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภคที่มุ่งเน้นความยั่งยืน การตลาดเพื่อสังคม การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม และการตลาดเชิงวิจารณ์ แผนการตลาดเพื่อความยั่งยืน กรณีศึกษา

Concepts and importance of sustainable marketing. Performance measurement using a triple bottom line concept with regard to economic, social and environmental aspects. Sustainable consumer behavior. Social marketing, environmental marketing and critical marketing. Sustainable marketing plans. Case studies.

#### 8. อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

#### 9 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01134312 3(3-0-6)  
 ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดเชิงสร้างสรรค์  
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Creative Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
 (✓) วิชาเฉพาะบังคับ  
 ( ) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

สินค้าและบริการที่นำเสนอในตลาดในปัจจุบันนั้นมีความหลากหลายและการแข่งขันในระดับสูง และด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคประเมินทางเลือกของสินค้าหรือบริการได้โดยง่าย นักการตลาดจำเป็นต้องนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าแตกต่างจากคู่แข่งในขณะเดียวกันตอบโจทย์ที่ผู้บริโภคต้องการได้มากที่สุด การนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่วนประสมการตลาดอื่นๆโดยไม่ยึดติดกับกรอบเดิมๆจะช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ดีขึ้นและเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน รายวิชานี้จึงเป็นรายวิชาที่ช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติในการนำเสนอแนวคิดใหม่ๆทางการตลาดและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคตต่อไป

## 6.2 ผลที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถคิดสร้างสรรค์และสามารถนำความรู้มาบูรณาการกับการวางแผนการตลาด สามารถสร้างผลงานนวัตกรรมทางการตลาดอันก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

แนวคิดและความสำคัญของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาด การนำเสนอโครงการแผนการตลาดที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ การนำแผนการตลาดไปปฏิบัติจริงและประเมินผล

Concepts and importance of creativity in marketing. Developing creative marketing plans. Implementing and evaluating plans.

8. อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136321 3(3-0-6)  
ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดผู้ประกอบการ  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Entrepreneurial Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
 (✓) วิชาเฉพาะบังคับ  
 ( ) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาวด้วยการสร้างผู้ประกอบการใหม่ และช่วยเหลือพัฒนาผู้ประกอบการและขนาดย่อมทั้งรายใหม่และรายเดิมสามารถดำรงอยู่และเจริญก้าวหน้า โดยในอดีตที่ผ่านมาผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมุ่งประกอบอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้าง ขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาไม่สูงนักมักเลือกประกอบอาชีพอิสระ เป็นผู้ประกอบการซึ่งมักจะมีพื้นฐานความรู้ไม่เพียงพอที่จะบริหารจัดการ จึงมุ่งที่จะเชิญชวนผู้ที่มีการศึกษาดี มีประสบการณ์ มีความรู้ความสามารถให้ก้าวเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่จึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างธุรกิจใหม่ขึ้นใน

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถพัฒนาแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการได้

## 8. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

ลักษณะ แนวคิด กระบวนการ เทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ การสร้างสรรค์ทางการตลาด ยุทธวิธีทางการตลาดสำหรับการดำเนินการธุรกิจ จรรยาบรรณของนักการตลาดในการดำเนินธุรกิจ การทำวิจัยตลาดสินค้าและบริการ การพัฒนาแผนการตลาด

Characteristics, concepts, procedures, techniques and marketing strategies for entrepreneurs. Marketing creativity for business operations. Code of conducts of marketers in doing business. Marketing research for goods and services. Developing marketing plans.

8.อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136322 3(3-0-6)  
ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดเชิงกิจกรรมพิเศษ  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Event Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
 ( ) วิชาเฉพาะบังคับ  
 (✓) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

สินค้าและบริการที่นำเสนอในตลาดในปัจจุบันนั้นมีความหลากหลายและการแข่งขันในระดับสูง และด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคประเมินทางเลือกของสินค้าหรือบริการได้โดยง่าย นักการตลาดจำเป็นต้องนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าแตกต่างจากคู่แข่งในขณะเดียวกันตอบโจทย์ที่ผู้บริโภคต้องการได้มากที่สุด การนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่วนประสมการตลาดอื่นๆโดยไม่ยึดติดกับกรอบเดิมๆจะช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ดีขึ้นและเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถพัฒนาแผนการตลาดเชิงกิจกรรมพิเศษให้น่าสนใจและดึงดูดตลาดได้

## 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือการตลาดกิจกรรมพิเศษ องค์ประกอบและคุณลักษณะของการตลาดกิจกรรมพิเศษ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดทำแผนการตลาดกิจกรรมพิเศษ ลูกค้า สภาพแวดล้อมและคู่แข่ง การพัฒนาและการนำแผนการตลาดกิจกรรมพิเศษไปปฏิบัติ ขั้นตอนการจัดทำแผนการตลาดกิจกรรมพิเศษ รวมถึงการพัฒนารายสินค้าผ่านทางการตลาดกิจกรรมพิเศษ

Concepts about marketing tools for special events marketing. Components and characteristics of special events. Factors influencing event marketing planning; customers, environmental factors and competitors. Developing and implementing event marketing plans. Steps in implementing marketing plans for special events including developing brands through special events marketing.

8.อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136323 3(3-0-6)  
 ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดธุรกิจด้านสุขภาพ  
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Healthcare Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
 ( ) วิชาเฉพาะบังคับ  
 (✓) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)  
 4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี  
 5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563

## 6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรมดูแลสุขภาพการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในช่วงหลายปีมานี้ เนื่องจากหลายประเทศเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ขณะที่ประชากรในประเทศตลาดเกิดใหม่อย่างจีน มีรายได้เพิ่มสูงขึ้นพร้อมๆ กับการดูแลสุขภาพ ธุรกิจด้านสุขภาพความงามเป็นธุรกิจที่นิยมต่อเนื่องกันมาหลายปี ส่วนตลาดธุรกิจด้านสุขภาพความงามมีการขยายตัวสูงเพราะยุคสมัยนี้ ไม่ว่าเด็ก ผู้ใหญ่ หรือแม้แต่ผู้สูงอายุ ยังต้องการใช้สินค้าและบริการต่างๆ เกี่ยวกับด้านสุขภาพและความงามเป็นอย่าง จึงทำให้วิชาการตลาดธุรกิจด้านสุขภาพเสริมมีความจำเป็น

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถวิเคราะห์วางแผน ตลอดจนประเมินผลและควบคุมแผนการตลาดด้านสุขภาพได้

## 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

ทฤษฎีและกระบวนการด้านการตลาดที่เกี่ยวกับธุรกิจสุขภาพ การวิเคราะห์ตลาดธุรกิจเพื่อสุขภาพและการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการสินค้าสุขภาพของผู้บริโภค การวิจัยตลาดสินค้าและบริการด้านสุขภาพ แผนการตลาดสำหรับธุรกิจและบริการด้านสุขภาพ

Theories and methodologies related to healthcare marketing. Analyzing health care markets and consumer decision making for healthcare products. Market research in healthcare products and services. Marketing plans for healthcare business and services.

8.อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136411 3(3-0-6)  
 ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดในยุคการเปลี่ยนแปลง  
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing in Disruptive Era
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
 ( ) วิชาเฉพาะบังคับ  
 (✓) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการเข้าใจวิธีการปรับตัวของการตลาดให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

## 6.2 ผลที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถพัฒนาวางแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในสิ่งแวดล้อมได้

## 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

เทคโนโลยีที่ล้ำสมัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคต กระบวนการเปลี่ยนแปลงของตลาด การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อรองรับสถานการณ์ใหม่

Advanced technologies disrupting future business. Market disruption processes. Marketing strategic planning for new market situations.

## 8.\* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ3.2

9.\* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136412 1-6  
ชื่อวิชาภาษาไทย การศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Study Abroad
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาการระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)  
 ( ) วิชาเฉพาะบังคับ  
 (✓) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

สืบเนื่องจากแผนยุทธศาสตร์ชาติ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคนไทยในอนาคตให้มีความพร้อมทั้งกายใจ สติปัญญา มีทักษะในการดำรงชีวิตสำหรับโลกศตวรรษที่ 21 เพื่อเสริมสร้างสถาบันสังคมให้มีความเข้มแข็งเอื้อต่อการพัฒนาคนและประเทศ โดยมีเป้าหมายการพัฒนาให้คนไทยได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพสูงตามมาตรฐานสากลและสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง ด้วยการส่งเสริมให้มีความร่วมมือกับสถาบันศึกษาในต่างประเทศ เพื่อการพัฒนาการเรียนการสอนและแลกเปลี่ยนนิสิตตามแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (พ.ศ.2556-2565) ที่มุ่งเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนการสอนให้มีความเป็นนานาชาติและส่งเสริมการพัฒนาความสามารถด้านภาษาให้กับนิสิตและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันในต่างประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงนำมาซึ่งการเปิดรายวิชารองรับการเทียบโอนรายวิชาที่ผู้เรียนได้ลงทะเบียนในสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ

## 6.2 ผลที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถอธิบายความรู้จากอาจารย์ในต่างประเทศ มีประสบการณ์และวิสัยทัศน์กว้างขึ้น

## 7: คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

การเรียนรู้และพัฒนาตนเอง จากรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ การเทียบเคียงหน่วยกิตเป็นไปตามเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Learning and self development from courses taken at overseas universities. Credit equivalence according to Kasetsart University regulations.

## 8.\* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.\* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136421 1-15  
 ชื่อวิชาภาษาไทย องค์ความรู้ด้านธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ  
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Business Knowledge from Overseas Universities
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้
  - ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....
  - (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)
    - ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
    - (✓) วิชาเฉพาะเลือก
  - ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
  - ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

เพื่อให้บัณฑิตได้รับการศึกษาที่มีความหลากหลาย ประกอบมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีการส่งเสริมให้มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ เพื่อการพัฒนาการเรียนการสอน และการแลกเปลี่ยนนิสิต ดังระบุในยุทธศาสตร์ที่ 1 ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (พ.ศ.2556-2565) ที่มุ่งเสริมสร้างวิชาการให้เข้มแข็ง ทันสมัย เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันในต่างประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงนำมาซึ่งการเปิดรายวิชารองรับการเทียบโอนรายวิชาในสาขาบริหารธุรกิจที่ผู้เรียนได้ลงทะเบียนในสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และเกณฑ์การศึกษาของมหาวิทยาลัย

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตได้รับความรู้ด้านการตลาดจากสถาบันในต่างประเทศ ทำให้มีความรู้กว้างขึ้น และมีมุมมองใหม่ๆ ขึ้นได้

## 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ ระดับปริญญาตรี ที่นิสิตลงทะเบียนเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ การเทียบเคียงหน่วยกิตเป็นไปตามเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Knowledge in business at the bachelor's degree level taken in overseas universities.  
Credit equivalence according to Kasetsart University regulation.

8.\* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.\* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136490 6  
ชื่อวิชาภาษาไทย สหกิจศึกษา  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Cooperative Education
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาการระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
 ( ) วิชาเฉพาะบังคับ  
 (✓) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา
  - 6.1 ความสำคัญของรายวิชา  
การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เป็นประโยชน์กับนิสิตและเพิ่มโอกาส
  - 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต
    1. นิสิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้กับการทำงาน มีโอกาสได้รับการเสนองานและมีงานทำ
    2. นิสิตสามารถพัฒนาโครงงานเพื่อศึกษาและแก้ไขปัญหาอันเป็นประโยชน์ให้แก่สถานประกอบการ
7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)  
 การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการจัดทำรายงาน และการนำเสนอ  
 On the job training as a temporary employee according to the assigned project including report writing and presentation.
- 8.\* อาจารย์ผู้สอน  
 รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2.
9. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)  
 รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136492 3  
 ชื่อวิชาภาษาไทย ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด  
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Field Experience in Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
 ( ) วิชาเฉพาะบังคับ  
 (✓) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง นอกเหนือจากที่ได้เรียนทฤษฎีในห้องเรียน ช่วยเสริมศักยภาพในการทำงาน และเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่บัณฑิตก่อนเข้าสู่โลกการทำงานจริง

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถปฏิบัติงานจริงทางด้านการตลาดได้

## 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงาน

Practical experience in marketing field in private or public sector for minimum of 200 hours and presentation of performance report.

## 8.\* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

## 9.\* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136496 3(3-0-6)  
ชื่อวิชาภาษาไทย เรื่องเฉพาะทางการตลาด  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Selected Topics in Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้
  - ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....
  - (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)
    - ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
    - (✓) วิชาเฉพาะเลือก
  - ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
  - ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

สภาพแวดล้อมการตลาดในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การกำหนดกลยุทธ์การตลาดจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที การศึกษาทฤษฎีและแนวคิดการตลาดที่ปรากฏในหนังสือและเอกสารทางการตลาดเพียงอย่างเดียวจึงไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์และการวางแผนทางการตลาด การศึกษาประเด็นทางการตลาดใหม่ๆที่เกิดขึ้นในขณะนั้นจากแหล่งต่างๆจะช่วยฝึกทักษะในการวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดกลยุทธ์และแก้ไขปัญหาทางการตลาดที่อาจไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เป็นการเตรียมความพร้อมนิสิตในการก้าวเป็นนักการตลาดรุ่นใหม่ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถอธิบายความรู้เกี่ยวกับการตลาดที่ทันกับโลกยุคปัจจุบัน สามารถวิเคราะห์เปลี่ยนแปลงและแนวโน้มทางการตลาดเพื่อสามารถปรับตัวรับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

เรื่องเฉพาะทางสาขาวิชาการตลาด ในระดับปริญญาตรี หัวข้อเรื่องเปลี่ยนไปในแต่ละภาคการศึกษา

Selected topics in Marketing at the bachelor's degree level. Topics are subject to change each semester.

8.\* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.\* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136497 1  
ชื่อวิชาภาษาไทย สัมมนา  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Seminar
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาการระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
 ( ) วิชาเฉพาะบังคับ  
 (✓) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การนำผลงานวิจัย หรือข่าวใหม่ๆ ความรู้ใหม่ ๆ ทางด้านการตลาด ธุรกิจ มาแลกเปลี่ยนกันและกันในระดับเรียน ทำให้บัณฑิตมีความรู้รอบตัว ทันท่วงทีเหตุการณ์

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถสืบค้นข้อมูล นำเสนอ และร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนในระดับเรียน

## 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางทางการตลาดในระดับปริญญาตรี

Presentation and discussion on current interesting topics in marketing at the bachelor's degree level.

**8.\* อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

**9.\* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

## ระดับปริญญาตรี

## ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)

1. รหัสวิชา 01136498 3  
ชื่อวิชาภาษาไทย ปัญหาพิเศษ  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Special Problems
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้  
 ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....  
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (นานาชาติ)  
 (✓) วิชาเฉพาะบังคับ  
 ( ) วิชาเฉพาะเลือก  
 ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี  
 ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2563
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

## 6.1 ความสำคัญของรายวิชา

เพื่อเป็นการให้นิสิตได้บูรณาการความรู้จากทฤษฎีที่ได้เรียนในรายวิชาต่างๆ มานำเสนอเป็นผลงานทางการตลาด

## 6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถนำเสนอผลงานทางการตลาดที่ได้มาจากการบูรณาการความรู้จากรายวิชาการตลาด

## 7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

การศึกษาค้นคว้าทางการตลาดระดับปริญญาตรี และเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน

Study and research in marketing at the bachelor's degree level and compiled into written report.

## 8.\* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ3.2

9.\* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

## เอกสารแนบท้าย

รหัสวิชา 01136112  
ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดและกฎหมาย  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing and Laws

3(3-0-6)

#### เค้าโครงรายวิชา

#### เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

#### จำนวนชั่วโมง

#### บรรยาย

- |                                                                                                        |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1. ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางกฎหมายต่อการตลาด ความหมายและประเภทของกฎหมายและกฎหมายการตลาด               | 3 |
| 2. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค                                              | 3 |
| 3. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ การนำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ | 3 |
| 4. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า           | 3 |
| 5. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ                                     | 3 |
| 6. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์และความปลอดภัยมาตรฐานสินค้า               | 3 |
| 7. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาสินค้า                                                | 3 |
| 8. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง แฟรนไชส์                                      | 3 |
| 9. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์                                             | 3 |
| 10. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา การประชาสัมพันธ์                                        | 3 |
| 11. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขาย                                                | 3 |
| 12. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการขายตรงและการตลาดทางตรง                                        | 3 |
| 13. กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและประเด็นอื่นๆทางการตลาด                  | 3 |
| 14. กรณีศึกษาและการประเมินอิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางกฎหมายต่อการตัดสินใจทางการตลาดและกิจกรรมทางการตลาด   | 3 |
| 15. สรุปและทบทวน                                                                                       | 3 |

45

รหัสวิชา 01136211  
ชื่อวิชาภาษาไทย สถิติสำหรับการตลาด  
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Statistics for Marketing

3(3-0-6)

#### เค้าโครงรายวิชา

#### เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

#### จำนวนชั่วโมง

#### บรรยาย

1. ความหมายและประเภทของสถิติ ความสำคัญของการนำสถิติมาประยุกต์ใช้กับการตลาด 3
2. การค้นหาความรู้พื้นฐานข้อมูล 3
3. การประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐาน 3
4. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง 3
5. วิธีการรวบรวมข้อมูล 3
6. การอธิบายข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา 3
7. การอธิบายข้อมูลด้วยสถิติอนุมาน 3
8. การรายงานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด 3
9. สถิติเกี่ยวกับการตลาด การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด 3
10. สถิติเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา สถิติเกี่ยวกับการตลาดด้านเครื่องมือค้นหาข้อมูล 3
11. สถิติเกี่ยวกับการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ สถิติเกี่ยวกับการตลาดวิดีโอ 3
12. สถิติเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา สถิติเกี่ยวกับการตลาดด้านเครื่องมือค้นหาข้อมูล 3
13. สถิติเกี่ยวกับผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้า สถิติด้านการโฆษณา และสถิติด้านการตลาดอื่นๆ 3
14. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเกี่ยวกับการตลาด 3
15. สรุปและทบทวน 3

45

รหัสวิชา 01136311  
 ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดเพื่อความยั่งยืน  
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sustainable Marketing

3(3-0-6)

#### เค้าโครงรายวิชา

#### เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

#### จำนวนชั่วโมง

#### บรรยาย

|                                                                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. แนวคิดและความสำคัญของการตลาดเพื่อความยั่งยืน                                                                            | 3         |
| 2. ความยั่งยืนและการประเมินความสำเร็จขององค์กรจากมุมมอง 3 ด้าน: เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Triple bottom line concept) | 3         |
| 3. ความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคม                                                                                          | 3         |
| 4. ธุรกิจเพื่อสังคม                                                                                                        | 3         |
| 5. พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อความยั่งยืน                                                                                       | 3         |
| 6. การตลาดเพื่อความยั่งยืน: การตลาดเพื่อสังคม                                                                              | 3         |
| 7. กรณีศึกษาการตลาดเพื่อสังคม                                                                                              | 3         |
| 8. การตลาดเพื่อความยั่งยืน: การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม-ผลิตภัณฑ์และราคา                                                       | 3         |
| 9. การตลาดเพื่อความยั่งยืน: การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม-การจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาด                                      | 3         |
| 10. กรณีศึกษาการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม                                                                                       | 3         |
| 11. การตลาดเพื่อความยั่งยืน: การตลาดเชิงวิจารณ์                                                                            | 3         |
| 12. กรณีศึกษาการตลาดเชิงวิจารณ์                                                                                            | 3         |
| 13. การประเมินผลการตลาดเพื่อความยั่งยืน                                                                                    | 3         |
| 14. การจัดทำรายงานความยั่งยืน (Sustainability report)                                                                      | 3         |
| 15. นำเสนองานกลุ่ม                                                                                                         | 3         |
|                                                                                                                            | <u>45</u> |

รหัสวิชา 01136312

3(3-0-6)

ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดเชิงสร้างสรรค์

ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Creative Marketing

#### เค้าโครงรายวิชา

##### เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

##### จำนวนชั่วโมง ปฏิบัติ

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Introduction to creative marketing                            | 3         |
| 2. Analyzing marketing environment                               | 3         |
| 3. Analyzing contemporary consumers                              | 3         |
| 4. Creativity in product development                             | 3         |
| 5. Creativity in service development                             | 3         |
| 6. Creative branding ideas                                       | 3         |
| 7. Creative packaging ideas                                      | 3         |
| 8. Creativity and artificial intelligence in marketing logistics | 3         |
| 9. Creative promotional campaigns                                | 3         |
| 10. Creativity in marketing automation                           | 3         |
| 11. Presentation of creative marketing ideas                     | 3         |
| 12. Creative marketing case study                                | 3         |
| 13. Creative marketing case study                                | 3         |
| 14. Presentation of creative marketing project                   | 3         |
| 15. Presentation of creative marketing project                   | 3         |
|                                                                  | <u>45</u> |

|                    |                           |          |
|--------------------|---------------------------|----------|
| รหัสวิชา           | 01136321                  | 3(3-0-6) |
| ชื่อวิชาภาษาไทย    | การตลาดผู้ประกอบการ       |          |
| ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ | Entrepreneurial Marketing |          |

#### เค้าโครงรายวิชา

| เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)                           | จำนวนชั่วโมง<br>บรรยาย |
|------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1. Entrepreneurial marketing and the marketing environment | 3                      |
| 2. Finding and evaluating the right market opportunity     | 3                      |
| 3. Understanding customers and competition                 | 3                      |
| 4. Cultures and the international difference.              | 3                      |
| 5. Market segmentation, targeting and positioning          | 3                      |
| 6. Defining the right product for SME                      | 3                      |
| 7. Branding for SME                                        | 3                      |
| 8. Pricing models for SME                                  | 3                      |
| 9. Distribution channel strategy for SME                   | 3                      |
| 10. Promotion for SME                                      | 3                      |
| 11.The role of digital marketing for entrepreneurship      | 3                      |
| 12.Marketing plan                                          | 3                      |
| 13.Entrepreneurial strategy                                | 3                      |
| 14. Code of conducts for entrepreneurship                  | 3                      |
| 15.Final project presentation                              | 3                      |
|                                                            | <u>45</u>              |

|                    |                         |          |
|--------------------|-------------------------|----------|
| รหัสวิชา           | 01136322                | 3(3-0-6) |
| ชื่อวิชาภาษาไทย    | การตลาดเชิงกิจกรรมพิเศษ |          |
| ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ | Event Marketing         |          |

#### เค้าโครงรายวิชา

##### เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

##### จำนวนชั่วโมง

|                                                  | บรรยาย    |
|--------------------------------------------------|-----------|
| 1. Event marketing principles                    | 3         |
| 2. Elements of the marketing mix                 | 3         |
| 3. The market research process                   | 3         |
| 4. Outline a target market profile               | 3         |
| 5. Event proposal strategy planning              | 3         |
| 6. Prepare budgeting and buying advertising      | 3         |
| 7. Event relations strategy                      | 3         |
| 8. Methods of measuring marketing activity       | 3         |
| 9. Determining potential sponsorship market      | 3         |
| 10. Assessing selling points of the event        | 3         |
| 11. Event marketing and marketing communications | 3         |
| 12. Event and E-marketing                        | 3         |
| 13. Project presentation                         | 6         |
| 14. Review and conclusion                        | 3         |
|                                                  | <u>45</u> |

|                    |                         |          |
|--------------------|-------------------------|----------|
| รหัสวิชา           | 01136323                | 3(3-0-6) |
| ชื่อวิชาภาษาไทย    | การตลาดธุรกิจด้านสุขภาพ |          |
| ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ | Healthcare Marketing    |          |

### เค้าโครงรายวิชา

| เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)                                                                 | จำนวนชั่วโมง<br>บรรยาย |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1. Understanding the role of marketing: Healthcare marketing organization                        | 3                      |
| 2. Healthcare paradigm shift                                                                     | 3                      |
| 3. Understanding consumer behavior in healthcare industry                                        | 3                      |
| 4 Understanding the competitive environment in healthcare industry                               | 3                      |
| 5. Cultural marketing approach for healthcare business                                           | 3                      |
| 6.Managing information systems and data analytic in healthcare business                          | 3                      |
| 7 Market research in healthcare products and services                                            | 3                      |
| 8. Segmentation and targeting in healthcare business                                             | 3                      |
| 9. Development for healthcare marketing plan                                                     | 3                      |
| 10. 7P's of healthcare organizations: Service design and branding                                | 3                      |
| 11. 7P's of health care organizations: Pricing and delivering value for<br>Healthcare Marketing  | 3                      |
| 12. 7P's of healthcare organizations: Promoting behavior change related to<br>health and fitness | 3                      |
| 13 7P's of healthcare organizations: People, process, and physical<br>evidence planning          | 3                      |
| 14. Ethics and healthcare marketing                                                              | 3                      |
| 15. Final project presentation                                                                   | 3                      |
|                                                                                                  | <u>45</u>              |

|                    |                             |          |
|--------------------|-----------------------------|----------|
| รหัสวิชา           | 01136411                    | 3(3-0-6) |
| ชื่อวิชาภาษาไทย    | การตลาดในยุคการเปลี่ยนแปลง  |          |
| ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ | Marketing in Disruptive Era |          |

#### เค้าโครงรายวิชา

##### เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

##### จำนวนชั่วโมง

##### บรรยาย

|                                                                                             |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Introduction to Marketing of Disruption and Innovation                                   | 3         |
| 2. Buyer Behavior topics for Disruption                                                     | 3         |
| 3. Market Research, Marketing Information System Strategies, and Big Data                   | 3         |
| 4. The Marketing Cycle and Marketing Plan for disruption.                                   | 3         |
| 5. Creating Branding tools to influence Buyer Behavior                                      | 3         |
| 6. Positioning component of Branding                                                        | 3         |
| 7. Product strategies including design and introduction of disruptively innovative products | 3         |
| 8. Pricing strategies for disruption                                                        | 3         |
| 9. Distribution strategies for disruption                                                   | 3         |
| 10. Promotion strategies to win in disruptive era                                           | 3         |
| 11. Digital marketing in Disruptive era                                                     | 3         |
| 12. Services marketing in Disruptive era                                                    | 3         |
| 13. Global Marketing in Disruptive era                                                      | 3         |
| 14. Social responsibility and ethics in Disruptive era                                      | 3         |
| 15. Final project presentations                                                             | 3         |
|                                                                                             | <u>45</u> |

|                    |                                 |          |
|--------------------|---------------------------------|----------|
| รหัสวิชา           | 01136412                        | 1-6(- -) |
| ชื่อวิชาภาษาไทย    | การศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ |          |
| ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ | Study Abroad                    |          |

#### เค้าโครงรายวิชา

#### เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

จำนวนชั่วโมง  
บรรยาย

เรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ

1-6(- -)

|                    |                                                         |           |
|--------------------|---------------------------------------------------------|-----------|
| รหัสวิชา           | 01136421                                                | 1-15(- -) |
| ชื่อวิชาภาษาไทย    | องค์ความรู้ด้านธุรกิจจากการเรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ |           |
| ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ | Business Knowledge from Oversea Universities            |           |

#### เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

จำนวนชั่วโมง  
บรรยาย

เรียนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศในสาขาการตลาด

1-15(- -)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

ชื่อหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

1. การพัฒนาการเรียนรู้แต่ละด้าน

|                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. คุณธรรมจริยธรรม                                                  | 1.1 | มีความสามารถในการจัดการปัญหาโดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น                                                                                                                                                                                            |
|                                                                     | 1.2 | สำนึกดี สามัคคี มีวินัย และมีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพกฎระเบียบ                                                                                                                                                                      |
| 2. ความรู้                                                          | 2.1 | มีความรู้ในหลักการและทฤษฎี มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจ เช่น การตลาด การบัญชี การจัดการ การเงิน การจัดการการผลิต เพื่อนำไปใช้ในการควบคุมและการประเมินผลในระดับนานาชาติ |
| 3.ทักษะทางปัญญา                                                     | 3.1 | สามารถนำความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไปประยุกต์ใช้ แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง เหมาะสม ในการทำงานด้านการตลาดทั้งในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ                                                                                                  |
|                                                                     | 3.2 | สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ                                                                                                                                                                                                             |
| 4.ทักษะความสัมพันธ์<br>ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ                 | 4.1 | มีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี สามารถประสานงาน ทำงานที่ได้รับมอบหมายตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่อเพื่อนร่วมงานทั้งที่เป็นนิสิตชาวไทยและชาวต่างชาติ                   |
|                                                                     | 4.2 | มีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้นมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และสามารถแสดงความคิดริเริ่มใหม่ ๆ อย่างสร้างสรรค์ทั้งระดับชาติและนานาชาติ                                                                             |
| 5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ | 5.1 | สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณในการศึกษาค้นคว้า และแก้ไขปัญหา                                                                                                                                               |
|                                                                     | 5.2 | สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนองานและสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคคลที่แตกต่างกัน และใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น จัดการ จัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และสามารถวิเคราะห์และดำเนินปัญหาพิเศษในต่างประเทศได้                                                  |
|                                                                     | 5.3 | มีทักษะทางการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การสรุปประเด็น ถ่ายทอดความรู้และนำเสนอผลงาน และการใช้สื่ออื่นๆ ให้ผู้อื่นเข้าใจได้                                                                                                                                  |

## 2.ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

| ผลลัพธ์การเรียนรู้                                                                                                                                                                            | 1. คุณธรรม จริยธรรม |     | 2. ความรู้ | 3. ทักษะทางปัญญา |     | 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ |     | 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ |     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----|------------|------------------|-----|--------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------|-----|-----|
|                                                                                                                                                                                               | 1.1                 | 1.2 | 2.1        | 3.1              | 3.2 | 4.1                                              | 4.2 | 5.1                                                                  | 5.2 | 5.3 |
| 1.นิสิตสามารถอธิบายแยกแยะการเป็นนักการตลาดที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย มีความซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม                                                                            | •                   | •   |            |                  |     |                                                  |     |                                                                      |     |     |
| 2.นิสิตมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Value Added Marketing) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละวัฒนธรรม สามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้                  |                     |     | •          | •                | •   | •                                                | •   |                                                                      |     |     |
| 3.นิสิตมีความสามารถในการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทักษะด้านการขาย การวิจัยและการวางแผนการตลาดที่ได้รับจากการฝึกประสบการณ์ภาคสนามทั้งในประเทศ                                          | •                   | •   | •          | •                | •   | •                                                | •   | •                                                                    | •   | •   |
| 4.นิสิตมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แผนการตลาดใหม่ ๆ ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ                                                                                                      |                     |     | •          | •                | •   | •                                                | •   | •                                                                    | •   | •   |
| 5.นิสิตสามารถปฏิบัติงานด้วยตนเอง มีการวางแผนการทำงานและปฏิบัติงานได้เป็นระบบ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดีสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การสืบค้นตลอดจนนำเสนอและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ |                     |     | •          | •                | •   | •                                                | •   |                                                                      |     |     |

### 3. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี (YLO)

| ปีที่ | รายละเอียด (Expected Learning Outcome: ELO)                                                                                                                                                                                         |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | 1.1. นิสิตสามารถค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง โดยสามารถใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ                                                                                                                               |
|       | 1.2. นิสิตสามารถนำเสนองานเดี่ยวและกลุ่ม มีทักษะการสื่อสารพื้นฐานที่ดี                                                                                                                                                               |
|       | 1.3. นิสิตสามารถอธิบายถึงความสำคัญของรายวิชาที่เป็นพื้นฐานจำเป็นสำหรับการจัดการการตลาดโดยสามารถเชื่อมโยงกับองค์ความรู้ทางธุรกิจได้                                                                                                  |
| 2     | 2.1. นิสิตสามารถทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีภาวะผู้นำการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างดี มีทักษะการสื่อสารทั้งการพูดและการเขียนที่ดี                                                                                             |
|       | 2.2. นิสิตสามารถนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาทางการตลาดได้โดยบูรณาการองค์ความรู้ทางการตลาดกับการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจทางการตลาดสามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ คิดอย่างสร้างสรรค์                                              |
|       | 2.3. นิสิตสามารถอธิบายถึงการเป็นนักการตลาดที่มีจรรยาบรรณ มีความซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้                                                                                                                              |
| 3     | 3.1. นิสิตสามารถวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคทางการตลาดเพื่อประยุกต์ปรับใช้ในการวางแผนการตลาดในประเทศ และในตลาดต่างประเทศ (International Marketing) ได้                                                                                  |
|       | 3.2. นิสิตสามารถพัฒนานำความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนในการสร้างสรรค์งานด้านการตลาด                                                                                                                    |
|       | 3.3. นิสิตสามารถนำเสนอแนวคิดทางการตลาดโดยบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านสถิติ บัญชี การเงิน การบริหารธุรกิจ และเทคโนโลยีในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่                                                                                        |
| 4     | 4.1. นิสิตสามารถสร้างสรรค์แผนการตลาดที่สามารถแข่งขันได้ในระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ                                                                                                                                               |
|       | 4.2. นิสิตสามารถอธิบายถึงความสำคัญของคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม                                                                                      |
|       | 4.3. นิสิตสามารถสร้างโครงการเพื่อบูรณาการองค์ความรู้ในการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้แก่สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) กับนานาชาติได้ |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ



อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร



อาจารย์ผู้สอน



อาจารย์ประจำหลักสูตร



อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....อาจารย์ชลลดา สัจจานิตย์.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2558.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                                                                 | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                                                                      |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>Sajjanit, C. (2018). Encouraging sustainable consumer behavior: A stakeholder perspective. Eurasian Business Perspectives. Proceeding of the 24 <sup>th</sup> Eurasia Business and Economics Society Conference. Page 3-12                                | L                                 | 0.4        |
| Sajjanit, C. (2018). Consumer responses to firms' environmental disposition strategy. The Proceedings of the 56th KU Annual Conference: Education, Economics and Business Administration, Humanities and Social Sciences. January 30 – February 2, 2018, Page 500-510      | L                                 | 0.4        |
| ชลลดา สัจจานิตย์. 2561. The influence of perceived service performance on Generation Z's eWOM intentions in the food service sector, วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), ปีที่ 4, ฉบับที่ 2, กรกฎาคม - ธันวาคม 2561, หน้า 231-256 | N                                 | 0.8        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                                                              |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                                                                 |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

☒

อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐

อาจารย์ผู้สอน

☐

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....รองศาสตราจารย์ชื่นจิตต์..แจ้งเจนกิจ.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2529.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                             | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                              |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. 2561. Brand Personality<br>Communication of Thai Fashion Design<br>Apparels, A Review of Integrative Business &<br>Economics Research, Volume 7, Issues s1<br>January-June 2561, Pages 330-337. | L                                 | 0.4        |
| ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. 2561. Geo-Informatics and Space<br>Techology Corporate Brand Personality and<br>Implementation in Thailand, Review of<br>Integrative Business&Economics Research.<br>Volume 7, Issues s2, April-May, Pages 15-23 | L                                 | 0.4        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                          |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                             |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

☐

อาจารย์ประจำหลักสูตร

☒

อาจารย์ผู้สอน

☐

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....อาจารย์ณัฐกัญย์.....ชินนรนนันท์.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2561.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                     | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                      |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>Sajjanit, C. and Nadhakan, S. (2019). Consumers'<br>willingness to pay for green hospital practices.<br>The 2019 WEI International Academic<br>Conference Proceedings, Page 3 | L                                 | 0.4        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                  |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                     |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

☒

อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐

อาจารย์ผู้สอน

☐

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวรุ่ง...ไอยเดช.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2530.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                         | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                          |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>Daoroong Aiyadech. 2561. Capturing Value From<br>Customers to Create Profits, The Universal<br>Academic Cluster International Summer<br>Conference in Okinawa, 18-20 August,<br>Okinawa, Japan, 2561, Pages 13-21 | L                                 | 0.4        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                      |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                         |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☒

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

☐

อาจารย์ผู้สอน

☒

อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. ....2548.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                                        | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                                         |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>Songporn Hansanti. 2559. Marketing Channel of Rice<br>Productions in Thailand, The 7th International<br>Conference on Business and Economics,<br>(ICBE2016), 21-24 June 2559, Longyearbyen,<br>Norway, Pages 97-103              | L                                 | 0.4        |
| Songporn Hansanti. 2561. Influential Factors Impact<br>on the Behaviors of Art and Cultural Center's<br>Visitors in Thailand, International Jurnal of<br>Businessand Management studies, Volume7,<br>Issues2, 25-28 September 2561, Pages 457-463 | L                                 | 0.4        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                                     |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                                        |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☒  
☐

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร  
 อาจารย์ผู้สอน

☒  
☐

อาจารย์ประจำหลักสูตร  
 อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย ศรีวรรณะ.....  
 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2549.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>ธงชัย ศรีวรรณะ. 2560. โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยความ<br>สอดคล้องทางภาพลักษณ์ กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาที่<br>มีลูกค้าเป็นศูนย์กลางและพฤติกรรมความภักดีต่อตรา<br>สินค้าของผู้ติดตามเฟสบุคธนาคารไทยชั้นนำ, วารสาร<br>สมาคมนักวิจัย, ปีที่ 22, ฉบับที่ 1, มกราคม - เมษายน<br>2560, หน้า 256-265                               | L                                 | 0.4        |
| ธงชัย ศรีวรรณะ. 2561. อิทธิพลของการโพสเฟสบุคและ<br>แนวคิดลูกค้าเป็นศูนย์กลางในฐานะตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อ<br>พฤติกรรมการสื่อสารแบบบอกต่อ กรณีศึกษา: เฟสบุค<br>ของสโมสรฟุตบอลแห่งหนึ่งในไทยพรีเมียร์ลีก, การ<br>ประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 56<br>มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 30 มกราคม - 2 กุมภาพันธ์<br>2561, กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย, หน้า 71-79 | K                                 | 0.2        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☒

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

☐

อาจารย์ผู้สอน

☒

อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรรัตน์ วรพิเชฐ.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ...2550.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                                          | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                                           |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>Thirarut Worapishet. 2017. Event Marketing<br>Practices for Limited Resources Firms, the<br>Universal Academic Cluster International<br>Spring Conferences, 9 - 14 April 2017, Kyoto,<br>Osaka, Japan, Page 90-96                  | L                                 | 0.4        |
| Thirarut Worapishet . 2017. Teaching practice across<br>disciplines: marketing and entrepreneurship<br>for youths, Journal for International Business<br>and Entrepreneurship Development (JIBED),<br>Volume 10, Issues 3, July 2017, Pages 258-272 | J                                 | 0.6        |
| Thirarut Worapishet . 2018. Innovation Creating in<br>Small Firms, The 4th International Congress<br>on Economics, Social Sciences and<br>Information Management, 21 July 2018,<br>Bangkok, Thailand, Page 78-90                                    | L                                 | 0.4        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                                       |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                                          |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

☒

อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐

อาจารย์ผู้สอน

☐

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประพิมพ์พรณ...ลิ้มสุวรรณ.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ...2551.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                                                                                     |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>Prapimpun Limsuwan . 2016. Identifying the<br>Relationship between Parents' Motivation and<br>Initial Trust of Children's Items in the Social<br>Media Networking Context, AcademicFor<br>Bangkok 37 Int'l Conference, 1- 2 September<br>2016, Bangkok, Thailand, Page 21-29 | L                                 | 0.4        |
| Prapimpun Limsuwan, An Analysis of Critical Success<br>factors influencing on performance index for<br>therapeutic product development, 24 <sup>th</sup> EBES<br>Conference, 10-12 January 2561, Bangkok,<br>Thailand, Page 13-16                                                             | K                                 | 0.2        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ



อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร



อาจารย์ผู้สอน



อาจารย์ประจำหลักสูตร



อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....อาจารย์ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2541.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                          | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                           |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>Paatoon Chetthamrongchai, Lin Lin, Hsaio-Fen Hsiao,<br>Yu-LunHuang, Change in Bank Equity Stakes<br>before Merger Completion, Journal of<br>Accounting & Marketing , Volume 6, Issues 1,<br>March 2017, Pages 4-11 | L                                 | 0.4        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                       |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                          |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☒

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

☐

อาจารย์ผู้สอน

☒

อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....รองศาสตราจารย์ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท พ.ศ. 2529.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                       | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                        |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>Yupawan Vannavanit. 2560. Marketing for Thai<br>SMEs and Those Newcomers, INTERNATIONAL<br>INTERDISCIPLINARY BUSINESS-ECONOMICS<br>ADVANCEMENT CONFERENCE , 9 - 14 April<br>2560, Miami Florida USA. Page 29-35 | L                                 | 0.4        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                    |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                       |                                   |            |

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

☒

อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐

อาจารย์ผู้สอน

☐

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล .....ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริรัตน์...โกศการิกา.....

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2554.....

| บรรณานุกรม                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ระดับคุณภาพผลงาน<br>(ให้ระบุ A-U) | ค่าน้ำหนัก |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| 1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ<br>วิชาการ<br>1.1 ไม่มี                                                                                                                                                                                                                      |                                   |            |
| 2. ผลงานวิจัย<br>ศิริรัตน์ โกศการิกา. 2561. ส่วนประสมของแบรนต์ผู้นำที่<br>ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อหุ้นในตลาด<br>หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, วรสารวิชาการ สถาบัน<br>เทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขาวิชามนุษยศาสตร์และ<br>สังคมศาสตร์), ปีที่ 4, ฉบับที่ 2, กรกฎาคม – ธันวาคม<br>2561, หน้า 1-11 | N                                 | 0.8        |
| 3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |            |
| 4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                   |            |

คำสั่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่ ๕๑๘ / ๒๕๖๓

เรื่อง เปลี่ยนแปลงการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) คณะบริหารธุรกิจ

.....  
อนุสนธิประกาศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ลงวันที่ ๑๘ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๑ ได้แต่งตั้ง  
คณะกรรมการโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)  
คณะบริหารธุรกิจ ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ เป็นต้นไป โดยมีวาระ ๒ ปี นั้น

เนื่องจาก คณะบริหารธุรกิจ เสนอขออนุมัติเปลี่ยนแปลงการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน  
โครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) เพื่อให้การดำเนินงานโครงการ  
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) คณะบริหารธุรกิจ ดำเนินไปด้วยความ  
เรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

อาศัยอำนาจตามความข้อ ๙ แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการบริหาร  
โครงการพิเศษของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๕๙ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
จึงให้ เปลี่ยนแปลงการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา  
การตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) คณะบริหารธุรกิจ ใหม่ ดังนี้

คณะกรรมการดำเนินงานโครงการ ประกอบด้วย

- |                                              |                     |
|----------------------------------------------|---------------------|
| ๑. นายไพฑูรย์ เจตธำรงชัย                     | ประธานกรรมการ       |
| ๒. นางชลลดา สัจจานิตย์                       | กรรมการ             |
| ๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรรัตน์ วรพิเชฐ        | กรรมการ             |
| ๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประพิมพ์พรรณ ลิ้มสุวรรณ | กรรมการและเลขานุการ |

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๑ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ เป็นต้นไป โดยให้มีหน้าที่และวาระตามประกาศ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา  
การตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) คณะบริหารธุรกิจ ลงวันที่ ๑๘ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๑

สั่ง ณ วันที่ ๑๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๓



(นายดำรงศักดิ์ ศรีพระราม)

รองอธิการบดีฝ่ายบริหารกิจการภายใน

ปฏิบัติหน้าที่แทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

ชื่อหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2563 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

1. การพัฒนาการเรียนรู้แต่ละด้าน

|                                                                     |     |                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. คุณธรรมจริยธรรม                                                  | 1.1 | มีความสามารถในการจัดการปัญหาโดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น                                                                                                                                                                                            |
|                                                                     | 1.2 | สำนึกดี สามัคคี มีวินัย และมีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพกฎระเบียบ                                                                                                                                                                      |
| 2. ความรู้                                                          | 2.1 | มีความรู้ในหลักการและทฤษฎี มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจ เช่น การตลาด การบัญชี การจัดการ การเงิน การจัดการการผลิต เพื่อนำไปใช้ในการควบคุมและการประเมินผลในระดับนานาชาติ |
| 3.ทักษะทางปัญญา                                                     | 3.1 | สามารถนำความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง เหมาะสม ในการทำงานด้านการตลาดทั้งในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ                                                                                                   |
|                                                                     | 3.2 | สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ                                                                                                                                                                                                             |
| 4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ                     | 4.1 | มีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี สามารถประสานงาน ทำงานที่ได้รับมอบหมายตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่อเพื่อนร่วมงานทั้งที่เป็นนิสิตชาวไทยและชาวต่างชาติ                   |
|                                                                     | 4.2 | มีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้นมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และสามารถแสดงความคิดริเริ่มใหม่ ๆ อย่างสร้างสรรค์ทั้งระดับชาติและนานาชาติ                                                                             |
| 5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ | 5.1 | สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณในการศึกษาค้นคว้า และแก้ไขปัญหา                                                                                                                                               |
|                                                                     | 5.2 | สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนองานและสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคคลที่แตกต่างกัน และใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น จัดการ จัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และสามารถวิเคราะห์และดำเนินปัญหาพิเศษในต่างประเทศได้                                                  |
|                                                                     | 5.3 | มีทักษะทางการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การสรุปประเด็น ถ่ายทอดความรู้และนำเสนอผลงาน และการใช้สื่ออื่นๆ ให้ผู้อื่นเข้าใจได้                                                                                                                                  |

## 2.ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

| ผลลัพธ์การเรียนรู้                                                                                                                                                                                   | 1. คุณธรรม จริยธรรม |     | 2. ความรู้ | 3. ทักษะทางปัญญา |     | 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ |     | 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ |     |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----|------------|------------------|-----|--------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------|-----|-----|
|                                                                                                                                                                                                      | 1.1                 | 1.2 | 2.1        | 3.1              | 3.2 | 4.1                                              | 4.2 | 5.1                                                                  | 5.2 | 5.3 |
| 1.นิสิตสามารถอธิบายแยกแยะการเป็นนักการตลาดที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย มีความซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม                                                                                   | •                   | •   |            |                  |     |                                                  |     |                                                                      |     |     |
| 2.นิสิตมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Value Added Marketing) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละวัฒนธรรม สามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้                         |                     |     | •          | •                | •   | •                                                | •   |                                                                      |     |     |
| 3.นิสิตมีความสามารถในการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทักษะด้านการขาย การวิจัยและการวางแผนการตลาดที่ได้รับจากการฝึกประสบการณ์ภาคสนามทั้งในต่างประเทศ                                             | •                   | •   | •          | •                | •   | •                                                | •   | •                                                                    | •   | •   |
| 4.นิสิตมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แผนการตลาดใหม่ ๆ ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ                                                                                                             |                     |     | •          | •                | •   | •                                                | •   | •                                                                    | •   | •   |
| 5.นิสิตสามารถปฏิบัติงานด้วยตนเอง มีการวางแผนการทำงานและปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดีสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ๓ การสืบค้นตลอดจนนำเสนอและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ |                     |     | •          | •                | •   | •                                                | •   |                                                                      |     |     |

### 3. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี (YLO)

| ปีที่ | รายละเอียด (Expected Learning Outcome: ELO)                                                                                                                                                                                         |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | 1.1. นิสิตสามารถค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง โดยสามารถใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ                                                                                                                               |
|       | 1.2. นิสิตสามารถนำเสนองานเดี่ยวและกลุ่ม มีทักษะการสื่อสารพื้นฐานที่ดี                                                                                                                                                               |
|       | 1.3. นิสิตสามารถอธิบายถึงความสำคัญของรายวิชาที่เป็นพื้นฐานจำเป็นสำหรับการจัดการการตลาดโดยสามารถเชื่อมโยงกับองค์ความรู้ทางธุรกิจได้                                                                                                  |
| 2     | 2.1. นิสิตสามารถทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีภาวะผู้นำการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างดี มีทักษะการสื่อสารทั้งการพูดและการเขียนที่ดี                                                                                             |
|       | 2.2. นิสิตสามารถนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาทางการตลาดได้โดยบูรณาการองค์ความรู้ทางการตลาดกับการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ คิดอย่างสร้างสรรค์                                             |
|       | 2.3. นิสิตสามารถอธิบายถึงการเป็นนักการตลาดที่มีจรรยาบรรณ มีความซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้                                                                                                                              |
| 3     | 3.1. นิสิตสามารถวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคทางการตลาดเพื่อประยุกต์ปรับใช้ในการวางแผนการตลาดในประเทศ และในตลาดต่างประเทศ (International Marketing) ได้                                                                                  |
|       | 3.2. นิสิตสามารถพัฒนานำความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนในการสร้างสรรค์งานด้านการตลาด                                                                                                                    |
|       | 3.3. นิสิตสามารถนำเสนอแนวคิดทางการตลาดโดยบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านสถิติ บัญชี การเงิน การบริหารธุรกิจ และเทคโนโลยีในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่                                                                                        |
| 4     | 4.1. นิสิตสามารถสร้างสรรค์แผนการตลาดที่สามารถแข่งขันได้ในระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ                                                                                                                                               |
|       | 4.2. นิสิตสามารถอธิบายถึงความสำคัญของคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม                                                                                      |
|       | 4.3. นิสิตสามารถสร้างโครงงานเพื่อบูรณาการองค์ความรู้ในการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้แก่สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) กับนานาชาติได้ |