สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)
คณะบริหารธุรกิจ

ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงการรับรองหลักสูตรเท่านั้น
(ไม่ใช่เอกสารที่เป็นทางการจาก สป.อว.)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

KASETSART UNIVERSITY
BANGKOK, THAILAND

รหัสหลักสูตร สกอ. (14 หลัก)

25320021100277 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)
คณะบริหารธุรกิจ

ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงการรับรองหลักสูตรเท่านั้น
(ไม่ใช่เอกสารที่เป็นทางการจาก สป.อว.)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

KASETSART UNIVERSITY
BANGKOK, THAILAND

หน่วยงาน	คณะ	รหัสอ้างอิงเพื่อการติดตามหลักสูตร	รหัสหลักสูตร	ชื่อหลักสูตร	ระดับการศึกษา	วันที่รับทราบ	ประเภทการดำเนิน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	คณะบริหารธุรกิจ	**25320021100277**_2115_IP	**25320021100277**	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง (พ.ศ.2565)	ปริญญาตรี	27/09/2565	ปรับปรุงตามกำหนดรอบปรับปรุง

สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ 2/2565
เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565
อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2565

แบบในการเสนอขอปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร
เพื่อเสนอมหาวิทยาลัย
การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ฉบับ พ.ศ. 2565
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

---

1. หลักสูตรฉบับดังกล่าวนี้ ได้รับทราบ/รับรองการเปิดสอนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2564 และได้รับอนุมัติเปิดสอนจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2560
2. สภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้อนุมัติการปรับปรุงแก้ไขครั้งนี้แล้ว ในคราวประชุม ครั้งที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565
3. หลักสูตรปรับปรุงแก้ไขนี้ เริ่มใช้ตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2565 เป็นต้นไป
4. เหตุผลในการปรับปรุงแก้ไข
   4.1 เพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถของนิสิตในการประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม
   4.2 เพื่อให้มีรายวิชาที่พัฒนานิสิตในด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ ความรู้ความสามารถทั่วไป บุคลิกภาพและคุณธรรมจริยธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต
   4.3 เพื่อปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมตามวิจัยสถาบัน
5. สาระในการปรับปรุงแก้ไข
   5.1 ลดจำนวนหน่วยกิตรวมรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิตเป็นไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต ลดจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะ จากไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิตเป็นไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต
   5.2 เปิดรายวิชาใหม่ จำนวน 3 วิชา ดังนี้

01134326	การตลาดผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
01134357	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
01134424	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	3(3-0-6)

   5.3 ปรับปรุงรายวิชา จำนวน 1 วิชา ดังนี้

01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)

   5.4 ยกเลิกรายวิชา จำนวน 7 วิชา ดังนี้

01132142	สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
01132332	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01132342	ระบบภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01133315	การวางแผนและการควบคุมการผลิต	3(3-0-6)
01361101	การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น	3(3-0-6)
01999021	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)

   5.5 เพิ่มรายวิชา จำนวน 1 วิชา คือ

01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)

ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงการรับรองหลักสูตรเท่านั้น
(ไม่ใช่เอกสารที่เป็นทางการจาก สป.อว.)

5.6 ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม กับหลักสูตรปรับปรุง

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2560	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต	**จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต**	ปรับลดหน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไปไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	**1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไปไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต**	
1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต	1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต	
01175xxx กิจกรรมพลศึกษา 1(0-2-1)	01175xxx กิจกรรมพลศึกษา 1(0-2-1)	
และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุขอีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต	และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุขอีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต	
1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต	1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต	
ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต	ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต	
1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร 13 หน่วยกิต	1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า 13 หน่วยกิต	เปลี่ยนตามโครงสร้างใหม่
ให้เลือกเรียนหนึ่งวิชา		
01361101 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น 3(3-0-6)		ยกเลิกรายวิชา
หรือ		
01999021 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)		ยกเลิกรายวิชา
	วิชาภาษาไทย 3(- -)	
วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา 9(- -)	วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา 9(- -)	
วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ 1(- -)	วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ ไม่น้อยกว่า 1(- -)	
1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต	1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต	
01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4)	01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4)	
และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลกอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต	และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลกอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต	
1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	
ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต	**2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต**	ลดจำนวนหน่วยกิต
- วิชาแกน 39 หน่วยกิต	**- วิชาแกน 30 หน่วยกิต**	ลดจำนวนหน่วยกิต
01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I 3(3-0-6)	01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I 3(3-0-6)	
01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค II 3(3-0-6)	01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I 3(3-0-6)	
01130171 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)	01130171 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)	
01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)	01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)	
01131211 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)	01131211 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)	
01132111 หลักการจัดการ 3(3-0-6)	01132111 หลักการจัดการ 3(3-0-6)	
01132142 สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)		ยกเลิกรายวิชา
01132231 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6)	01132231 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6)	
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)	01133211 การจัดการการปฏิบัติการ 3(3-0-6)	เปลี่ยนแปลงตามต้นสังกัด
01134111 หลักการตลาด 3(3-0-6)	01134111 หลักการตลาด 3(3-0-6)	
	01140221 กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ 3(3-0-6)	เพิ่มรายวิชา
- วิชาเฉพาะบังคับ 34 หน่วยกิต	**- วิชาเฉพาะบังคับ 34 หน่วยกิต**	
01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)	01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)	ปรับปรุงรายวิชา
01134321 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)	01134321 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)	
01134322 การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)	01134322 การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)	
01134332 การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)	01134332 การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ 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)	
01134411 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)	01134411 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)	
01134412 การพยากรณ์การขาย 3(3-0-6)	01134412 การพยากรณ์การขาย 3(3-0-6)	
01134432 กลยุทธ์ราคา 3(3-0-6)	01134432 กลยุทธ์ราคา 3(3-0-6)	
01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 3(3-0-6)	01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 3(3-0-6)	
01134497 สัมมนา 1	01134497 สัมมนา 1	
01134498 ปัญหาพิเศษ 3	01134498 ปัญหาพิเศษ 3	

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2560			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
- วิชาเฉพาะเลือก	ไม่น้อยกว่า	24 หน่วยกิต	- วิชาเฉพาะเลือก	ไม่น้อยกว่า	24 หน่วยกิต	
ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือ เลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้			ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือ เลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้			
- กลุ่มวิชาการตลาด			- กลุ่มวิชาการตลาด			
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)	
01134323	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)	01134323	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)	
01134324	การตลาดกีฬา	3(3-0-6)	01134324	การตลาดกีฬา	3(3-0-6)	
01134325	การตลาดการท่องเที่ยว	3(3-0-6)	01134325	การตลาดการท่องเที่ยว	3(3-0-6)	
			01134326	การตลาดผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
01134331	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)	01134331	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)	
01134333	การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3(3-0-6)	01134333	การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3(3-0-6)	
01134342	การค้าปลีก	3(3-0-6)	01134342	การค้าปลีก	3(3-0-6)	
01134353	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)	01134353	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)	
01134354	ศิลปะการขาย	3(3-0-6)	01134354	ศิลปะการขาย	3(3-0-6)	
01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3(3-2-5)	01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3(2-2-5)	
01134356	การโฆษณา	3(3-0-6)	01134356	การโฆษณา	3(3-0-6)	
			01134357	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
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)	
			01134424	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
01134431	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)	01134431	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)	
01134442	หลักการจัดการโลจิสติกส์	3(3-0-6)	01134442	หลักการจัดการโลจิสติกส์	3(3-0-6)	
01134490	สหกิจศึกษา	6	01134490	สหกิจศึกษา	6	
01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3	01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3	
- กลุ่มวิชาบัญชี			- กลุ่มวิชาบัญชี			
01130112	การบัญชีขั้นกลาง I	3(3-0-6)	01130112	การบัญชีขั้นกลาง I	3(3-0-6)	
01130211	การบัญชีขั้นกลาง II	3(3-0-6)	01130211	การบัญชีขั้นกลาง II	3(3-0-6)	
- กลุ่มวิชาการเงิน			- กลุ่มวิชาการเงิน			
01131212	การเงินบุคคล	3(3-0-6)	01131212	การเงินบุคคล	3(3-0-6)	
01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน	3(3-0-6)	01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน	3(3-0-6)	
01131315	สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน	3(3-0-6)	01131315	สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน	3(3-0-6)	
01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ	3(3-0-6)	01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ	3(3-0-6)	
01131321	การเงินระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	01131322	การเงินระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	เปลี่ยนแปลงตามต้นสังกัด
01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์	3(3-0-6)	01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์	3(3-0-6)	

สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ .....
เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565
อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2565

มคอ. 2

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา วิทยาเขตบางเขน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. **รหัสและชื่อหลักสูตร**
   รหัสหลักสูตร 25320021100277
   ชื่อหลักสูตร
   ภาษาไทย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
   ภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Marketing

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 124 หน่วยกิต
5. **รูปแบบของหลักสูตร**
   5.1 **รูปแบบ** หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี (ทางวิชาการ)
   5.2 **ภาษาที่ใช้** ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
   5.3 **การรับเข้าศึกษา** รับทั้งนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติ
   5.4 **ความร่วมมือกับสถาบันอื่น** เป็นหลักสูตรเฉพาะของสถาบัน
   5.5 **การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา** ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว
6. **สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร**
   <u>สถานภาพของหลักสูตร</u>
   - หลักสูตรปรับปรุง กำหนดเปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษาที่ 2565
   - ปรับปรุงจากหลักสูตร ชื่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
   - เริ่มใช้มาตั้งแต่ปีการศึกษา 2531
   - ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปีการศึกษา 2560

ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงการรับรองหลักสูตรเท่านั้น
(ไม่ใช่เอกสารที่เป็นทางการจาก สป.อว.)

การพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ได้พิจารณากลั่นกรองโดยคณะกรรมการวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 7 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565
- ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 28 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

***7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน**

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2567

*** 8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา**

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2565 โดยระบบ CHECO

8.1 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว

8.2 เจ้าหน้าที่การตลาด

8.3 นักวิเคราะห์ตลาด

8.4 เจ้าหน้าที่วางแผนการตลาด

8.5 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว

8.6 พนักงานแนะนำสินค้า

8.7 พนักงานขายแนะนำสินค้าและพนักงานขาย

8.8 เจ้าหน้าที่ค้าส่ง-ค้าปลีก

8.9 นักโฆษณา

8.10 นักประชาสัมพันธ์

9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก	
						ชื่อสถาบัน	ปี พ.ศ.
1.	3100	รองศาสตราจารย์	นางชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ	ศ.บ. (เกียรตินิยมอันดับ 2) บธ.ม.	การเงินระหว่างประเทศและการคลัง การตลาด	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2527 2529
2.	3140	อาจารย์	นางณัฐกันย์ ชินนรานันทน์	กศ.บ. บธ.ม. Ph.D.	ธุรกิจศึกษาการตลาด การตลาด International Business	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย	2541 2543 2562
3.	3500	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวประพิมพรรณ ลิ่มสุวรรณ์	วท.บ. M.Sc. ปร.ด.	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร Food Industry Management and Marketing บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ Imperial College University of London, UK. มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2545 2546 2551
4.	3229	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวศิริรัตน์ โกศการิกา	B.B.A. M.Sc. Ph.D.	Marketing E-Commerce Management Marketing	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย University of London, UK. University of London, UK.	2545 2547 2554
5.	3100	อาจารย์	นางสุชัญญา สายชนะ	บธ.บ. บธ.ม. ปร.ด.	การเงินและการการธนาคาร การตลาด บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2541 2543 2559

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

เฉพาะในสถาบัน คณะบริหารธุรกิจ

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ภายนอกหลายรูปแบบที่สะท้อนและมีผลกระทบต่อการวางแผนหลักสูตรให้สอดคล้องและสามารถสร้างสรรค์และถ่ายทอดความรู้ให้นิสิตนำไปใช้บริหารธุรกิจในยุคโลกาภิวัฒน์ได้ ซึ่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน ประกอบด้วย

11.1.1 สืบเนื่องจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติ การจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๑ กรกฎาคม 2561 นั้น โดยมีเป้าหมายพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อุตสาหกรรมและบริการไทยต้องพร้อมรับมือและ สร้างโอกาสจากความท้าทายที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ ๔ ที่เป็นผลของการ หล่อหลอม เทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีทางกายภาพเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วเป็นวงกว้างและลึกซึ้งทั้งระบบอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพื้นฐานโครงสร้างอุตสาหกรรมและบริการ และขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี แห่งอนาคต เพิ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้ตามความต้องการของตลาด สร้างระบบนิเวศ อุตสาหกรรมและบริการที่เหมาะสม และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอย่างยั่งยืน ซึ่งหลักสูตรด้านการตลาดมุ่งเน้นในการพัฒนาบัณฑิตให้มีทั้งความรู้และทักษะในการพัฒนาสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ เพื่อต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น ทั้งนี้การเกิดสาขาอุตสาหกรรมและบริการใหม่ ๆ อันได้แก่ (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 นวัตกรรมด้านตลาดและการบริหารจัดการมากยิ่งขึ้น

11.1.3 การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การปฏิวัติยุคดิจิตอลทำให้เกิดยุคของข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน การพาณิชย์อิเล็คทรอนิกส์ต่าง ๆ ทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ที่อาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มากขึ้น นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาระบบเครือข่ายทางสังคม เช่น Facebook, Twitter,Youtube, Line เป็นต้น ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาจะต้องนำสิ่งเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

11.2.1 ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า 2019 หรือที่เรียกกันว่าโควิด-19 ภาควิชาการตลาด ได้สนองนโยบายของทางมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยการจัดการเรียนการสอน และการสอบ เป็นแบบระบบออนไลน์ เพื่อลดสถานการณ์การแพร่ระบาดภายในหน่วยงาน และในแต่ละรายวิชาภาควิชาได้มีโอกาสเรรียนเชิญผู้ประกอบที่มีความรู้ ความสามารถ มาเป็นวิทยากรบรรยายให้กับนิสิต เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการ รวมถึงการปฏิบัติตัวของนิสิตในช่วงสถานการณ์ดังกล่าวให้กับนิสิตสาขาวิชาการตลาดอย่างต่อเนื่อง

11.2.2 การแพร่หลายทางวัฒนธรรมเนื่องจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและความก้าวหน้าของการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีนั้น ส่งผลให้นิสิตมีการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันก็ต้องเป็นผู้ที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยอันดีงามสู่สายตาประชาคมโลก กล่าวคือ นิสิตได้เรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่หลากหลายขึ้น จากการชมตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณา การศึกษาตัวสินค้าและการศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์และวางแผนการตลาด ซึ่งจะนำไปสู่การศึกษาวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ต่อไป

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรการตลาดมุ่งเน้นในการพัฒนาบัณฑิตให้มีทั้งความรู้และทักษะในการพัฒนาสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ เพื่อต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านวิชาการ ความรู้ ประสบการณ์มากขึ้น ดังนั้นจึงต้องเปิดโอกาสให้นิสิตได้เลือกเรียนกลุ่มวิชาต่าง ๆ เพิ่มเติม ผลกระทบจากการสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงรายวิชาและหลักสูตรโดยเน้นความหลากหลายในสาขาวิชาการตลาดมากขึ้น และมีความกระชับโดยผนวกรวมวิชาแกนเข้ากับวิชาเฉพาะบังคับ รวม 88 หน่วยกิต ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการศึกษานอกห้องเรียนทางการตลาดและการประยุกต์ใช้เครื่องมือกับยุคดิจิทัล การร่วมกิจกรรมกับสถาบันเครือข่าย การปรับปรุงรายวิชา โดยพัฒนาวิชาใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม เช่น การตลาดผู้ประกอบการ กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์และการวิคราะห์ข้อมูลการตลาด

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรมนั้น ส่งผลให้ต้องมีการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย ตลอดจนการผลิตบัณฑิตที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการที่มุ่งมั่นเสาะแสวงหา และพัฒนาความรู้ให้เกิดความเจริญงอกงามทางภูมิปัญญาที่เพียบพร้อมด้วยหลักวิชาการ จริยธรรมและคุณธรรม ตลอดจนเป็นผู้ชี้นำทิศทางสืบทอดเจตนารมณ์ที่ดีของสังคม เพื่อความคงอยู่ ความเจริญและความเป็นอารยะของชาติ นอกจากนั้นยังมุ่งมั่นให้มีความเป็นเลิศทางวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ มีผลงานเป็นที่ยอมรับของสากล เป็นแกนนำในการระดมภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าแก่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต และประชาชน มีศักยภาพด้านบริหารธุรกิจระดับชาติและนานาชาติ โดยมีมนุษยสัมพันธ์ คุณธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้นการปรับปรุงหลักสูตรจึงต้องพัฒนาความรู้ความสามารถ ตลอดจนการปลูกฝังผู้เรียนให้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบัณฑิตให้สอดรับกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคมและประเทศชาติ

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

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

- รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะที่สอนโดยคณะเศษฐศาสตร์ ภาควิชาการเงิน ภาควิชาการจัดการ ภาควิชาการจัดการเทคโนโลยีและการปฏิบัติการ และภาควิชาบัญชี

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

01134111 หลักการตลาด

01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค

01134321 การตลาดระหว่างประเทศ

01134411 การจัดการการตลาด

13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำหน้าที่วางแผนการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาในข้อ 13.1 และ 13.2 ร่วมกับคณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการการศึกษาของคณะฯ และอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชา รวมถึงติดตามและรวบรวมข้อมูลสำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนารายวิชาดังกล่าวให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร โดยกระทำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นหลักสูตรที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถในศาสตร์ทางธุรกิจและศาสตร์ทางการตลาด เพียบพร้อมไปด้วยความรู้เชิงวิชาการ ความสามารถในการคิด วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งเชิงทฤษฎีและปฏิบัติในการทำงานเพื่อดำรงชีพบนพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถปรับตัวและพัฒนาขีดความสามารถของตนเพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ควบคู่ไปกับการเป็นผู้มีจริยธรรม คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อตนเอง ชุมชนและสังคม ตลอดจนเป็นผู้ที่นำความรู้ความสามารถออกไปรับใช้สังคมและประเทศชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ความสำคัญ

ในการดำเนินธุรกิจของทุกองค์กรไม่ว่าภาครัฐหรือภาคเอกชนนั้น การตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย และนำรายได้เข้าสู่องค์กร ดังนั้นหน้าที่ทางการตลาดจึงเป็นหัวใจสำคัญของทุกองค์กร ซึ่งต้องมีการศึกษาติดตามสถานการณ์สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนการตลาดให้สอดคล้องเหมาะสมต่อองค์กร ดังนั้น การผลิตบัณฑิตสาขาการตลาดจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งที่จะไปตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอาชีพในภาครัฐและเอกชน

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอาชีพ ซึ่งต้องการบุคลากรที่มีความรอบรู้ทั้งด้านบริหารธุรกิจและด้านการตลาด ที่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทักษะและความสามารถให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการและมีความคิดสร้างสรรค์

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1. ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม	ติดตามความต้องการและกำลังคนและคุณสมบัติบัณฑิตที่พึงประสงค์ในภาคธุรกิจ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง	<u>ตัวบ่งชี้</u> ระดับความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อหลักสูตรเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0 <u>หลักฐาน</u> รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของบัณฑิตใหม่ที่มีต่อหลักสูตร และรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่
2. พัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาด อาชีพตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร	การจัดสัมมนารับฟังความเห็นจากผู้ใช้บัณฑิต และนักวิชาการ	<u>ตัวบ่งชี้</u> จำนวนครั้งในการสำรวจไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อรอบการปรับปรุงหลักสูตร <u>หลักฐาน</u> -รายงานการเข้าร่วม/จัดสัมมนาร่วมกับผู้ประกอบการ และคณาจารย์ -รายงาวิจัยสถาบัน

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
3.พัฒนาศักยภาพอาจารย์ประจำหลักสูตร	สนับสนุนกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาวิชาการให้แก่อาจารย์	ตัวบ่งชี้ อาจารย์ใหม่ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอนอาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี <u>หลักฐาน</u> - เอกสารโครงการปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ - รายงานผลการพัฒนาอาจารย์ทางวิชาการ

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการและโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

การจัดการศึกษา ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ไม่มี

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน – เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วัน-เวลาราชการ

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน - เดือนตุลาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนพฤศจิกายน - เดือนมีนาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

ต้องเป็นผู้สำเร็จชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้มีความประพฤติเสียหายอย่างร้ายแรง
2. เป็นคนวิกลจริต
3. เป็นโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคสำคัญที่จะเป็นอุปสรรคขัดขวางต่อการศึกษา
4. ถูกคัดชื่อออกจากสถานศึกษาเพราะกระทำผิดทางวินัย

2.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

ไม่มี

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนิสิตในข้อ 2.3

ไม่มี

2.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ปีการศึกษา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม	จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา
2564	80	-	-	-	80	คาดว่าจะมีผู้สำเร็จการศึกษาตลอดหลักสูตร ปีละ 80 คน เริ่มสำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2568
2565	80	80	-	-	160	
2566	80	80	80	-	240	
2567	80	80	80	80	320	
2568	80	80	80	80	320	

2.6 งบประมาณตามแผน

- งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
ค่าบำรุงการศึกษา	312,000	624,000	936,000	1,248,000	1,248,000
ค่าหน่วยกิต	720,000	1,440,000	2,160,000	2,880,000	2,880,000
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
รวมทั้งสิ้น	1,152,000	2,184,000	3,216,000	4,248,000	4,248,000

- งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
งบบุคลากร	722,390	804,370	831,550	859,840	889,240
งบดำเนินงาน	462,000	344,500	344,500	344,500	344,500
งบอุดหนุน	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000
รวมรายจ่าย	2,624,390	2,588,870	2,616,050	2,644,340	2,673,740
ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิตตามหลักสูตร	**32,804.87**	**16,180.43**	**10,900.20**	**8,263.56**	**8,355.43**

2.7 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียนและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดังนี้

ข้อ 20 การเทียบรายวิชาและการโอนหน่วยกิต

20.1 นิสิตที่มีสิทธิขอเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิต ประกอบด้วย

20.1.1 นิสิตที่ย้ายคณะ ย้ายหลักสูตร หรือย้ายสาขาวิชาเอก มีสิทธิเทียบทุกรายวิชาที่ปรากฏอยู่ในหลักสูตรที่รับเข้า

20.1.2 นิสิตที่สอบคัดเลือกเข้ามาใหม่ไม่มีสิทธิเทียบรายวิชา ยกเว้นนิสิตของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 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 ทั้งนี้นิสิตที่รับโอนสามารถเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกินกึ่งหนึ่งของหน่วยกิตรวมตามหลักสูตรที่รับเข้า 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 กรณีที่รายวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอนเป็นรายวิชาในระบบการเรียนที่มิใช่ระบบทวิภาค ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชา โดยพิจารณาเทียบจำนวนหน่วยกิตให้ได้ตามเกณฑ์ของระบบทวิภาค

20.4 **การเทียบโอนจากประสบการณ์ การเทียบโอนจากการศึกษานอกระบบ และการเทียบโอนจากระบบการศึกษาตามอัธยาศัยให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร** และอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดหลักสูตร โดยอาจจัดให้มีการทดสอบข้อเขียน หรือภาคปฏิบัติเพิ่มเติมได้ตามที่เห็นสมควร

20.5 **นิสิตต้องดำเนินการขอเทียบรายวิชา เพื่อยกเว้นไม่ต้องเรียน** โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต และส่งหลักฐานการขออนุมัติต่อคณบดีเจ้าสังกัดนิสิตภายในภาคการศึกษาปกติแรกที่นิสิตย้ายคณะ ย้ายหลักสูตร ย้ายสาขาวิชาเอก ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาหรือรับโอนมาจากสถานศึกษาอื่น กรณีที่มีความจำเป็นไม่อาจดำเนินการให้แล้วเสร็จตามกำหนด ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต

ข้อ 21. การลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันและการเรียนข้ามวิทยาเขต

21.1 นิสิตอาจลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันได้ในแต่ละภาคการศึกษา หากเป็นการลงทะเบียนเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้ประเภทไม่นับหน่วยกิต (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 ๒1.4 จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต และอนุมัติโดยรองอธิการบดีที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลงานด้านวิชาการ

21.6 นิสิตลงทะเบียนเรียนข้ามวิทยาเขตได้โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต ทั้งนี้ต้องลงทะเบียนและชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา ณ วิทยาเขตที่นิสิตสังกัดก่อนจึงจะชำระค่าธรรมเนียมการรับลงทะเบียนข้ามวิทยาเขตตามประกาศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

- กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
- กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	ไม่น้อยกว่า	3	หน่วยกิต
- กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร	ไม่น้อยกว่า	13	หน่วยกิต
- กลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	ไม่น้อยกว่า	5	หน่วยกิต
- กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต

- วิชาแกน		30	หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะบังคับ		34	หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะเลือก	ไม่น้อยกว่า	24	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)

และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข อีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต

- กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

- กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า 13 หน่วยกิต

- วิชาภาษาไทย 3(- -)
- วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา 9(- -)
- วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ ไม่น้อยกว่า 1(- -)

- กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต

01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4)

(Knowledge of the Land)

และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก อีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

- กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต

- วิชาแกน 30 หน่วยกิต

01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I (Microeconomics I)	3(3-0-6)
01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I (Macroeconomics I)	3(3-0-6)
01130171	การบัญชีการเงิน (Financial of Accounting)	3(3-0-6)
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ (Management Accounting)	3(3-0-6)
01131211	การเงินธุรกิจ (Business Finance)	3(3-0-6)
01132111	หลักการจัดการ (Principles of Management)	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ (Business Statistics)	3(3-0-6)
01133211	การจัดการการปฏิบัติการ (Operations Management)	3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)
01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ (Law and Tax for Business)	3(3-0-6)

- วิชาเฉพาะบังคับ 34 หน่วยกิต

01134212**	พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3(3-0-6)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Product Management)	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing Channel Management)	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
01134411	การจัดการการตลาด (Marketing Management)	3(3-0-6)
01134412	การพยากรณ์การขาย (Sales Forecasting)	3(3-0-6)

** รายวิชาปรับปรุง

01134432	กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด (Basic Research Methods in Marketing)	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา (Seminar)	1
01134498	ปัญหาพิเศษ (Special Problems)	3

- วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือเลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้

- กลุ่มวิชาการตลาด

01134311	การจัดซื้อ (Purchasing)	3(3-0-6)
01134312	การจัดการการขาย (Sales Management)	3(3-0-6)
01134314	จรรยาบรรณทางการตลาด (Marketing Ethics)	3(3-0-6)
01134315	การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Marketing for Social and Environment Responsibility)	3(3-0-6)
01134323	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Planning)	3(2-2-5)
01134324	การตลาดกีฬา (Sports Marketing)	3(3-0-6)
01134325	การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing)	3(3-0-6)
01134326*	การตลาดผู้ประกอบการ Entrepreneurial Marketing	3(3-0-6)
01134331	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Policy)	3(3-0-6)
01134333	การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา (Marketing for Luxury Products)	3(3-0-6)
01134342	การค้าปลีก (Retailing)	3(3-0-6)
01134353	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	3(3-0-6)
01134354	ศิลปะการขาย (Salesmanship)	3(3-0-6)

* รายวิชาเปิดใหม่

01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม (Sales Promotion and Event Marketing)	3(2-2-5)
01134356	การโฆษณา (Advertising)	3(3-0-6)
01134357*	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล (Branding Strategy in Digital Era)	3(3-0-6)
01134413	การตลาดและการตัดสินใจ (Marketing and Decision Making)	3(3-0-6)
01134421	การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า (Export-Import Management)	3(3-0-6)
01134422	การตลาดบริการ (Service Marketing)	3(3-0-6)
01134423	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business Marketing)	3(3-0-6)
01134424*	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด (Marketing Data Analytic)	3(3-0-6)
01134431	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Development and Design)	3(3-0-6)
01134442	หลักการจัดการโลจิสติกส์ (Principles of Logistics Management)	3(3-0-6)
01134490	สหกิจศึกษา (Cooperation Education)	6
01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด (Field Experience in Marketing)	3
- กลุ่มวิชาบัญชี		
01130112	การบัญชีขั้นกลาง I (Intermediate Accounting I)	3(3-0-6)
01130211	การบัญชีขั้นกลาง II (Intermediate Accounting II)	3(3-0-6)
- กลุ่มวิชาการเงิน		
01131212	การเงินบุคคล (Personal Finance)	3(3-0-6)
01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน (Computer Applications in Financial Analysis)	3(3-0-6)
01131315	สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน (Credit and Collection)	3(3-0-6)

* รายวิชาเปิดใหม่

01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ (Business Asset Management)	3(3-0-6)
01131321	การเงินธุรกิจข้ามชาติ (Multinational Business Finance)	3(3-0-6)
01131411	การวางแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ทางการเงิน (Strategic Planning and Financial Strategy)	3(3-0-6)

- กลุ่มวิชาการจัดการ

01132213	การสื่อสารองค์การ (Organization Communication)	3(3-0-6)
01132221	พฤติกรรมองค์การ (Organizational Behavior)	3(3-0-6)
01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)	3(3-0-6)
01132263	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม (Business and Social Responsibilities)	3(3-0-6)
01132333	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information Systems)	3(3-0-6)
01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ (Business System Analysis)	3(3-0-6)
01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ (Business Project Management)	3(3-0-6)
01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business)	3(3-0-6)
01132362	ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)	3(3-0-6)
01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้ (Management of Learning Organization)	3(3-0-6)

- กลุ่มวิชาการจัดการการปฏิบัติการและเทคโนโลยี

01133242	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัล (Electronic Commerce and Digital Platforms)	3(3-0-6)
01133312	การออกแบบ วางแผน และควบคุมการผลิต (Production Planning, Design, and Control)	3(3-0-6)
01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิตและการจัดการทรัพยากร (Cost Control and Resource Management)	3(3-0-6)
01133314	การจัดหาเชิงกลยุทธ์ (Strategic Sourcing)	3(3-0-6)
01133317	การจัดการคุณภาพ (Quality Management)	3(3-0-6)
01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม (Hotel Management)	3(3-0-6)
01133341	การจัดการเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล (Technology Management and Digital Technology)	3(3-0-6)

01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (Operations Strategy)	3(3-0-6)
01133427	การจัดการสายการบิน (Airline Management)	3(3-0-6)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชา

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วยเลข 8 หลัก มีความหมายดังนี้

เลขลำดับที่ 1-2 (01) หมายถึง วิทยาเขตบางเขน

เลขลำดับที่ 3-5 (134) หมายถึง สาขาวิชาการตลาด

เลขลำดับที่ 6 หมายถึง ระดับชั้นปี

เลขลำดับที่ 7 มีความหมายดังนี้

1	หมายถึง	กลุ่มวิชาการตลาดทั่วไป
2	หมายถึง	กลุ่มวิชาการตลาดเฉพาะทาง
3	หมายถึง	กลุ่มวิชาผลิตภัณฑ์และราคา
4	หมายถึง	กลุ่มวิชาการจัดจำหน่าย
5	หมายถึง	กลุ่มวิชาการส่งเสริมการตลาด
9	หมายถึง	กลุ่มวิชา ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สหกิจศึกษา วิจัย 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)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาภาษาไทย	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	2(- -)
	วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)
01133211	การจัดการการปฏิบัติการ	3(3-0-6)
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	3(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	9(- -)
	รวม	16(- -)

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)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาภาษาไทย	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	2(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)
01133211	การจัดการการปฏิบัติการ	3(3-0-6)
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	6(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	9(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	13(- -)

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2 จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)

01134490	สหกิจศึกษา	6
	รวม	6

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

3.1.5.1 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาของหลักสูตร

01134111 หลักการตลาด 3(3-0-6)

(Principles of Marketing)

ลักษณะและกระบวนการทางการตลาด แนวความคิด บทบาท ความสำคัญ หน้าที่และปัจจัยทางการตลาด 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 3(3-0-6)

(Consumer Behavior)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ตัวแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เส้นทางของผู้บริโภค ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

Principles and analysis of consumer behavior. Consumer Behavioral Trend in Digital Edge. Consumer Decision Process Model. Customer Journey. Buying decision. Internal and external factors influencing. Marketing strategies.

01134311 การจัดซื้อ 3(3-0-6)

(Purchasing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

บทบาท และความสำคัญของการจัดการด้านการจัดซื้อ ความรับผิดชอบของผู้จัดการงานจัดซื้อ ความสัมพันธ์ของงานจัดซื้อกับงานอื่น ๆ ในองค์การ นโยบายและระเบียบการจัดซื้อ การจัดซื้อแบบรวมอำนาจและกระจายอำนาจ การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่จัดซื้อ การกำหนดขนาดของการจัดซื้อ การเลือกแหล่งขาย การทำสัญญาและปัญหาแง่กฎหมาย การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งซื้อ ต้นทุน ราคา กำไร การลงทุนและการเสี่ยงภัย 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.

** รายวิชาปรับปรุง

01134312 การจัดการการขาย 3(3-0-6)

(Sales Management)

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 3(3-0-6)

(Digital Marketing)

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 3(2-2-5)

(Strategic Marketing Planning)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

การเขียนแผนการตลาด วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาพการณ์การตลาด หรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และสินค้า พัฒนารูปแบบแผนการตลาดประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก 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, targeting and product postioning, and defining marketing mix strategy; product, pricing, distribution and promotion.

01134324 การตลาดกีฬา 3(3-0-6)

(Sport Marketing)

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 3(3-0-6)

(Tourism Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ทฤษฎี แนวคิดทางการตลาดและการประยุกต์ใช้ ภายใต้บริบทของการการท่องเที่ยวและองค์กรด้านการท่องเที่ยว 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.

01134326* การตลาดผู้ประกอบการ 3(3-0-6)

(Entrepreneurial Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะ แนวคิด กระบวนการ เทคนิค และกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางการตลาด การทำวิจัยตลาด การสร้างสรรค์การตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด การสร้างสรรค์คุณค่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด จรรยาบรรณสำหรับนักการตลาด

Characteristics, concepts, procedures, techniques and marketing strategies for entrepreneurs. Analysis and assessment of market opportunities. Conducting market research. Marketing creativity. Market segmentation. Targeting and Positioning. Value creation. Marketing mix strategies. Marketing strategy planning. Code of ethics of marketer.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)

(Product and Price Policy)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวความคิดต่าง ๆ ของผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคลองกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ 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 3(3-0-6)

(Strategic Product Management)

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 enviornment 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 ภาพลักษณ์ตราสินค้าและพฤติกรรมการซื้อ

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

กระบวนการทางการตลาดในการสร้างความสัมพันธภาพระยะยาวกับลูกค้า การตัดสินใจโปรแกรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและตลาด 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 การสร้างมนุษย์สัมพันธ์กับลูกค้า 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 3(2-2-5)

(Sales Promotion and Event Marketing)

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 3(3-0-6)

(Advertising)

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.

01134357* กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

(Branding Strategy in Digital Era)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

คุณค่าตราสินค้าตามการรับรู้ของลูกค้าในยุคดิจิทัล การกำหนดเอกลักษณ์ตราสินค้า สาระสำคัญของตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้าบนดิจิทัลแพลตฟอร์มและจุดติดต่ออื่น ๆ เพื่อสร้างความผูกพันเชื่อมโยง และความยั่งยืนให้กับตราสินค้า การประเมินคุณค่าตราสินค้า

Customer-based brand equity in digital ear. Brnad identity and brand essence creation. Brand Communication on digital platform and other contact points for brand association and sustainability. Brand equity assessment.

01134411 การจัดการการตลาด 3(3-0-6)

(Marketing Management)

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.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

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 การเลือกวิธีการแก้ปัญหาและวิธีการตัดสินใจ การกำหนดหลักเกณฑ์ทางทฤษฎีเพื่อการพัฒนาการตัดสินใจทางการตลาด การตัดสินใจเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กระบวนการการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด

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 การจัดการและการจัดหน่วยงานของแผนกส่งสินค้าออกและเข้า 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 3(3-0-6)

(Service Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะและขอบเขตของตลาดบริการ การจำแนกประเภท พฤติกรรมผู้ใช้บริการส่วนประสมการตลาดของสินค้าบริการ โครงสร้างและการพัฒนาสถาบันที่ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการและศึกษาธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง

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 3(3-0-6)

(Business to Business Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักการและทฤษฎีรวมถึงกระบวนการ ของการตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ ซึ่งหมายถึงสินค้าและบริการทางธุรกิจและอุตสาหกรรมความแตกต่างของตลาดสินค้าผู้บริโภคกับสินค้าธุรกิจ การวิเคราะห์พฤติกรรมของการซื้อโดยองค์กรธุรกิจ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมายและการวางตำแหน่งสินค้าธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ของการตลาดธุรกิจการวางแผนและควบคุมส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจ การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อการวางแผนและการดำเนินการตลาดธุรกิจ

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.

01134424* การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด 3(3-0-6)

(Marketing Data Analytic)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีและความท้าทายในการประยุกต์เทคโนโลยีมาใช้ด้านการตลาด สภาพแวดล้อมการตลาดภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมและเส้นทางการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค การวางแผนการตลาด

Introduction to technology and its challenges in applying such a technology in marketing. Marketing environments in the technology disruption. Marketing data analytics in consumer buying decision. Applying advanced technology in analysing consumer behavior and customer journey. Develop marketing plan.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

01134431 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ 3(3-0-6)
(Product Development and Design)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาด การออกแบบและการผลิตเพื่อการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดความต้องการของลูกค้า การได้มาซึ่งความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สถาปัตยกรรมผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงอุตสาหกรรมและเพื่อการผลิต 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 การวิเคราะห์การตั้งราคา 3(3-0-6)
(Princing Analytics)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดด้านราคา การบริหารการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ในการตั้งราคา ความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าในการตั้งราคา บทบาทของต้นทุนต่อการตัดสินใจตั้งราคาและการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันในการทำกำไรทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์การตั้งราคาด้วยข้อมูล กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตั้งราคา และตัวแบบในการวิเคราะห์ประเภทต่าง ๆ

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 with data and various kinds of analytic models. 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.

01134490 สหกิจศึกษา 6
(Cooperative Education)

การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการจัดทำรายงานและการนำเสนอ

On the job training as a temporary employee according to the assigned project including report writing and presentation.

01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 3(3-0-6)

(Basic Research Methods in Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบวิจัย การตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การทบทวนวรรณกรรมจากฐานข้อมูลดิจิทัล การสร้างแบบสอบถาม การวางแผนการวิจัยในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์และตีความข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การเขียนรายงานและการเสนอผลการวิจัย

Principles and methods in marketing research, identification of research problems, formulation of research objectives and hypotheses, literature reviewing from digital database collection of data, construction of questionnaire, methodology planning in the digital era data analysis and interpretation, application of statistics for research, report writing and presentation.

01134492 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3

(Field Experience in Marketing)

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานติดต่อกันไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงาน

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

01134497 สัมมนา 1

(Seminar)

การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางทางการตลาดในระดับปริญญาตรี

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

01134498 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 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชานอกหลักสูตร

01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I 3(3-0-6)
(Microecconomics I)

ความหมายลักษณะและวิธีการศึกษาเศรษฐศาสตร์ปัญหาเศรษฐกิจ การทำหน้าที่ของระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์อุปทาน และราคาความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานการใช้อุปสงค์และอุปทานในการปฏิบัติพฤติกรรมของผู้บริโภคและอรรถประโยชน์ธุรกิจการผลิตและต้นทุนการผลิต ต้นทุนในระยะสั้นและระยะยาว การผลิตในระยะยาว การผลิตในระยะยาวมาก ซึ่งเกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าและมลพิษ 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.

01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I 3(3-0-6)
(Macroecconomics I)

วิธีการในการวัดรายได้ประชาชาติ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรายได้ประชาชาติ การเปลี่ยนแปลงรายได้ประชาชาติ วัฏจักรธุรกิจและการเคลื่อนไหวขึ้นลงในรายได้ประชาชาติ ทฤษฎีและมาตรการของนโยบายการคลัง ระดับราคา การเงินและการธนาคาร การวิเคราะห์เงินตราและการวิเคราะห์รายได้ การค้าและการเงินระหว่างประเทศ การว่างงานและเงินเฟ้อ ความจำเริญเติบโต และการพัฒนาเศรษฐกิจเปรียบเทียบ

National income account. Determination of national income. Business cycle and national income fluctuations. Theories and measures of fiscal policies. Money and banking, monetary and income analysis. International trade and finance. Unemployment, inflation, economic growth and development. Comparative economic systems.

01130112 การบัญชีขั้นกลาง I 3(3-0-6)
(Intermediate Accounting I)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01130111 หรือ 01130101 หรือ 01130171

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน หลักการบัญชีสินทรัพย์ การจำแนกประเภท การวัดมูลค่าและการแสดงรายการสินทรัพย์ในรายงานทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้ ตั๋วเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน ต้นทุนการกู้ยืม ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน การด้อยค่าของสินทรัพย์ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายและการดำเนินงานที่ยกเลิก ทรัพยากรแร่และเกษตรกรรม

Conceptual framework for financial reporting, principles of accounting for assets, classification, valuation and presentation of assets in the financial reports. Those are consisted of cash and cash equivalents, accounts receivable, notes receivable, inventory, investment, borrowing costs, property, plant and equipment, intangible assets, impairment of assets, investment property, non-current assets held for sale and discontinued operations, mineral resources, and agriculture.

01130171 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)

(Financial of Accounting)

หลักการบัญชีทั่วไป วิธีการบันทึกบัญชีขั้นต้นเกี่ยวกับเงินสด ลูกหนี้ ตั๋วเงินรับ 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.

01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)

(Management Accounting)

ความสำคัญของการบัญชีเพื่อการจัดการ การสะสมต้นทุน ต้นทุนมาตรฐาน ต้นทุนตามกิจกรรม การงบประมาณ งบประมาณยืดหยุ่น การวิเคราะห์ต้นทุน – ปริมาณ – กำไร การบัญชีตามความรับผิดชอบ การรายงานตามส่วนงาน การกำหนดราคา การใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการตัดสินใจ

Importances of management accounting, cost accumulation, standard costing, activity-based costing, budgeting, flexible budgeting, cost-volume-profit analysis, responsibility accounting, segment reporting, pricing, use of accounting data for decision making.

01130211 การบัญชีขั้นกลาง II 3(3-0-6)

(Intermediate Accounting II)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01130111 หรือ 01130171 หรือ 01130101

หลักการและแนวปฏิบัติทางการบัญชีสำหรับรายการหนี้สินและส่วนของเจ้าของ รวมถึงการจัดประเภท การรับรู้และการวัดมูลค่า การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูล การบัญชีสำหรับการปรับโครงสร้างหนี้ กำไรต่อหุ้น การนำเสนองบการเงิน การเปลี่ยนแปลงทางการบัญชีและการแก้ไขข้อผิดพลาด

Accounting principles and practice for liabilities and owners' equity, including classification, recognition and measurement, presentation and disclosure, accounting for debt restructuring, earnings per share, financial report presentation, accounting changes and error correction.

01131211 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Finance)

หลักการเบื้องต้นและจุดมุ่งหมายในการจัดการทางการเงิน หน้าที่ของผู้จัดการทางการเงิน สภาพแวดล้อมทางการเงิน การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน เครื่องมือต่าง ๆ 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.

01131212 การเงินบุคคล 3(3-0-6)

(Personal Finance)

เทคนิคการจัดการทางการเงินส่วนบุคคล การวางแผนและการควบคุมการเงินส่วนบุคคล การซื้อด้วยเงินสด การซื้อด้วยเงินเชื่อ การประกันชีวิต การลงทุนในหลักทรัพย์ การวางแผนเมื่อครบเกษียณอายุ

Personal financial management techniques, personal financial planning and control, a system of spending. Consumer credits, life insurance, securities investment, and retirement planning.

01131312 การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน 3(3-0-6)

(Computer Applications in Financial Analysis)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211

หลักการในการวิเคราะห์ทางการเงิน งบการเงิน เครื่องมือในการวิเคราะห์ทางการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การประเมินมูลค่ากิจการ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เบื้องต้นในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการเงิน

Principles of financial analysis, financial statements, tools for financial analysis, financial forecasting, corporate valuation, use of principle software program for financial analysis and decision making.

01131315 สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน 3(3-0-6)

(Credit and Collection)

หลักและวิธีการพิจารณาให้สินเชื่อธุรกิจ ประเภทและวิธีการเรียกเก็บเงิน หน้าที่และการบริหารงานในแผนกให้สินเชื่อ ขอบเขตของการให้สินเชื่อ กำหนดระยะเวลาในการให้สินเชื่อ การสืบฐานะเพื่อให้สินเชื่อ นโยบายการเรียกเก็บเงิน การควบคุมและติดตามบัญชีลูกหนี้

Principles and methods of credit-granting and collection policies to all business, functions of credit and operation of credit department, scope of credit management, credit limited, investigation and analysis of credit risk, collection policies, management control of credit and collection operations.

01131316 การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Asset Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211

เทคนิคและวิธีการตัดสินใจในการวางแผนและบริหารเงินทุนหมุนเวียน ตัวแบบต่างๆ ของการจัดการเงินสด เงินลงทุนระยะสั้น ลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ ปัจจัยและทฤษฎีในการตัดสินใจลงทุนสินทรัพย์ ภายใต้ภาวะ การเสี่ยงและความไม่แน่นอน

Techniques and decision planning in working capital management, models of cash and marketable securities management, models of account receivable and models of inventories, factors and theories in investment decisions under risk and uncertainty.

01131322 การเงินระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

(International Finance)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211

การดำเนินงาน นโยบายและบทบาทของสถาบันการเงินระหว่างประเทศ เครื่องมือในการปริวรรตเงินตรา ระบบอัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการควบคุมและการส่งเสริมความตกลงระหว่างประเทศอันมีผลกระทบกระเทือนต่อกำไร การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศโดยพิจารณาในแง่เงินทุน ภาษีอากร แรงงาน ปัญหาทางการตลาดและความร่วมมือระหว่างประเทศ การปฏิบัติงานของฝ่ายต่างประเทศของธนาคารพาณิชย์

Operation, policies and function of international financial institutions, foreign exchange tools, foreign exchange rate system, policies of controlling and promotions, international agreements that affecting business profit, international business operations including capital taxation, labour, marketing problems and international agreements, operation of foreign department of commercial banks.

01131441 การวิเคราะห์หลักทรัพย์ 3(3-0-6)

(Securities Analysis)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211

ขอบเขตของการวิเคราะห์หลักทรัพย์ คุณสมบัติของหลักทรัพย์ ลำดับขั้นของการวิเคราะห์หลักทรัพย์ การคัดเลือกหลักทรัพย์ การคาดคะเนกำไรสุทธิและเงินปันผล ทฤษฎีการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์

Scope in securities analysis, characteristic of securities, portfolio selection process, selecting optimal portfolio, earnings and dividend estimation, the valuation theory of security.

01132111 หลักการจัดการ 3(3-0-6)

(Principles of Management)

แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการ งานการจัดการ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อการ จัดการธุรกิจ จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ทางการ จัดการของผู้จัดการ 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.

01132213 การสื่อสารองค์การ 3(3-0-6)

(Organization Communication)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

ความสำคัญของการสื่อสารในองค์การ แนวคิด หลักการ จริยธรรม ทฤษฎีต่าง ๆ และทักษะที่จำเป็นของการสื่อสารในองค์การ เพื่อให้องค์การดำเนินอย่างมีประสิทธิภาพ การประยุกต์ทักษะการสื่อสารในการพัฒนาและวางแผน แก้ไขปัญหาของการสื่อสารในองค์การ

Importance of communication in organization. Concepts, ideas, ethics, theories and skills needed for effective communication in organization. Applying communication skills for planning, developing and solving communication problems in organization.

01132221 พฤติกรรมองค์การ 3(3-0-6)

(Organization Behavior)

หลักการจัดการองค์การตามทฤษฎีต่างๆ ลักษณะโครงสร้างขององค์การแบบทางการและไม่เป็นทางการ พฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มการเรียนรู้ การจูงใจ สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับองค์การ การแก้ไขความขัดแย้งในองค์การ การพัฒนาองค์การ

Organization theory and design structure of formal and informal organization. Individual behavior and group perception behavior, motivation process. Environment of organization. The management of conflict in organization. Organization development.

01132222 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)

(Human Resource Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

หลักและวิธีการดำเนินงานด้านบุคลากร เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน การเสริมสร้างขวัญและสิ่งจูงใจ การรับสมัคร การคัดเลือก การบรรจุ และแต่งตั้ง การพิจารณาความดีความชอบ ระเบียบวินัย เทคนิค การสัมภาษณ์ หลักวิธีการคิดค่าจ้างค่าตอบแทน สวัสดิการ บริการทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่พนักงาน

The concept of personnel management. The role of recruitment to recruit potential employees. Morale development and motivate employees. To recruit, select and profile employees. Disciplinary, promotion, fringe benefits action. The selection procedure, plans of renumurations involving welfare and physical security.

01132231 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Statistics)

การนำทฤษฎีและวิธีการทางสถิติมาใช้ในทางธุรกิจ การวัดค่ากลาง และการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณช่วงความเชื่อมั่น การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ การพยากรณ์และสถิตินอนพาราเมตริก

Statistics theories and methods for business application, central tendency and variation data measurement, probability distribution, sampling distribution, confidence interval estimation, hypothesis testing, Chi-square, analysis of variance, regression and correlation, forecasting and nonparametric statistics.

01132263 **ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม** 3(3-0-6)

(Business and Social Responsibilities)

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของธุรกิจที่มีต่อสังคม ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อการบริหารธุรกิจ การตอบสนองของธุรกิจต่อความต้องการของสังคม โดยจะมุ่งเน้นถึงความรับผิดชอบของธุรกิจที่มีต่อกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ผู้ลงทุน สภาพแวดล้อม และประเทศชาติ

Roles, functions and responsibilities of business toward society, environmental impact business, business response to social need and stakeholder management.

01132332 **การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Quantitative Analysis for Decision Making in Business)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132231

บทบาทของการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการแก้ปัญหาทางธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ แนวคิดและการประยุกต์ใช้โปรแกรมเชิงเส้น การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง เครื่องมือสำหรับการตัดสินใจ แขนงการตัดสินใจ การวิเคราะห์แถวรอคอย การวิเคราะห์มาร์คอฟ แบบจำลองการขนส่ง การจำลองสถานการณ์และทฤษฎีเกมส์

Roles of quantitative analysis for business problem solving, business data analysis, concept and application of linear programming, sensitivity andlysis, decision making tools, decision tree diagram, queuing, Markov analysis, transportation model, simulations and game theory.

01132333 **ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Business Information Systems)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

การจัดการข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการวางแผนและการตัดสินใจในองค์การ การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรข้อมูล การจัดระบบฐานความรู้ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กระบวนการทางธุรกิจและการออกแบบองค์กรเพื่อการแข่งขันโดยอาศัยการใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีจริยธรรม

Managing data and information for planning and decision making in organization. Managing information technology and data resources. Knowledge-based system management. Electronic commerce. Business process and design for competitive organization, utilizing information systems with ethical manners.

01132334 **การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Business System Analysis)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

เทคนิคการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานธุรกิจ การวิเคราะห์และออกแบบระบบงานสารสนเทศ การเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การประยุกต์ระบบงานสารสนเทศเพื่อการ

ควบคุมทางธุรกิจ และการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

Techniques in analyzing and designing business system, business information systems analysis and design, application of information systems, systems design and implementation, information technology selection for business control, and data security.

01132335 การจัดการโครงการทางธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Project Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

การประเมินโครงการทางธุรกิจ ด้านการจัดการ การผลิต การเงิน การตลาด การบุคลากร และคุณค่าทางเศรษฐกิจของโครงการ การคำนวณค่าตอบแทนของโครงการ กฎเกณฑ์การตัดสินใจ วิธีการจัดเตรียมงานโครงการ การศึกษาความเหมาะสมของโครงการทางด้านเทคนิค และสภาพแวดล้อมที่จะอำนวยให้การดำเนินงานโครงการทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Project evaluation in business concerning management, production, finance, marketing, personnel and economic value of project. Calculation project benefit, decision criteria, project preparation, feasibility study and environmental effect on the project operation.

01132351 ธุรกิจระหว่างประเทศ 3(3-0-6)

(International Business)

หลักแนวความคิด วัตถุประสงค์ และภาพรวมของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเน้นการศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

Concept, objective and overview of business environment affecting international business. Cultural differences. Theories of international trade and economic development, and international business management.

01132362 ความเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0-6)

(Entrepreneurship)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

ธรรมชาติของผู้ประกอบการ กระบวนการการประกอบการในบริบทต่างๆ ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งกิจการใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ

Nature of entrepreneurs, Entrepreneurial process in various contexts, issues surrounding new venture creation, innovative creation, entrepreneurial skill development.

01132413 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)

(Strategic Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134211 และ 01131211 หรือ 01132314

กลยุทธ์และนโยบายทางธุรกิจ การวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ในทรรศนะของผู้จัดการ เพื่อใช้ในการวางแผนการดำเนินงานให้บรรลุถึงเป้าหมายของธุรกิจ

Business strategy, policy and problem analysis by managerial level for business operating plan implementation.

01132471 การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้ 3(3-0-6)

(Management of Learning Organization)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

ความหมายและความสำคัญขององค์การเพื่อการเรียนรู้ กระบวนการพัฒนาองค์การเพื่อการเรียนรู้ กระบวนการแสวงหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ในการบริหารงาน ลักษณะเฉพาะที่บ่งชี้ระดับของการเป็นองค์การเพื่อการเรียนรู้ ค่านิยมทางวัฒนธรรม คำมั่นของผู้บริหารและการให้อำนาจ การสื่อสาร การถ่ายโอนองค์ความรู้ ลักษณะเฉพาะของพนักงาน และการยกระดับผลการปฏิบัติงาน

Meaning and importance of learning organization. The development processes of learning organization: knowledge acquisition, knowledge sharing and knowledge utilization. The characteristics that indicate the level of learning organization: cultural values, leadership commitment and empowerment, communication, knowledge transfer, employee characteristics and performance improvement.

01133211 การจัดการการปฏิบัติการ 3(3-0-6)

(Operations Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

หลักการเบื้องต้นของการจัดการการปฏิบัติการ 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 decision. Operating operation system. Managing inventory and managing quality.

01133242 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัล 3(3-0-6)

(E-Commerce and Digital Platforms)

บทบาทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีต่อรูปแบบธุรกิจ ในปัจจุบันและอนาคต การทำธุรกรรมผ่านทางออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัล การใช้โครงข่ายเวิลด์ไวด์เว็บเชิงธุรกิจ รายงานผลด้านธุรกิจที่ได้จากแอปพลิเคชั่น

Roles of electronic commerce and digital platform in current and future business model. Online business transaction and digital platform. World Wide Web commerce. Business report generated from application.

01133312 การออกแบบ วางแผน และควบคุมการผลิต 3(3-0-6)

(Production Planning, Design, and Control)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

ระบบการปฏิบัติการ การออกแบบสินค้า การวางแผนกำลังการผลิตระยะยาว การตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง การเลือกกระบวนการผลิต การออกแบบแผนผัง การเลือกเครื่องจักร การออกแบบระบบการขนถ่ายลำเลียง การออกแบบระบบงาน ระบบควบคุม

Operations system. Product design. Long term capacity planning. Location selection. Process selection. Layout design. Machine selection. material handling system design. Work process design. Control process.

01133313 การควบคุมต้นทุนการผลิตและการจัดการทรัพยากร 3(3-0-6)

(Cost Control and Resource Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211 และ 01130172

การคำนวณต้นทุนการปฏิบัติการ เทคนิคการควบคุมและลดต้นทุนการปฏิบัติการ การเพิ่มผลิตภาพ การจัดการต้นทุนคุณภาพ การจัดการทรัพยากรด้านการปฏิบัติการ

Calculating operations cost. Techniques for controlling and reducing operations cost. Increasing productivity. Managing costs of quality. Operational resource management.

01133314 การจัดหาเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)

(Strategy Sourcing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

ขั้นตอน นโยบาย และกระบวนการจัดหาเชิงกลยุทธ์ การตัดสินใจผลิตเองหรือซื้อ การรวมตัวแบบแนวดิ่ง กลยุทธ์สินค้าโภคภัณฑ์ การวิเคราะห์คุณค่า และการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ การจัดหากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มของผู้ป้อนวัสดุ การประเมิน การคัดเลือกผู้ป้อนวัสดุ การประกวดราคาเชิงแข่งขันและการตกลงราคา การจัดการการพัฒนาผู้ป้อนวัสดุและการจัดการความสัมพันธ์ การจัดหาบริการ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Strategic sourcing process, policies, and procedures. Make-or-buy decisions, vertical integration. Commodity strategy, value analysis and strategic cost management. Sourcing and new product development. Early supplier involvement. Supplier evaluation, selection, development. Competitive bidding and negotiation. Supplier development and relationship management. Acquiring services. Ethics and social responsibility.

01133317 การจัดการคุณภาพ 3(3-0-6)

(Quality Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

แนวคิดและพื้นฐานของการจัดการคุณภาพ การควบคุมคุณภาพเชิงสถิติ เครื่องมือและระเบียบวิธีสำหรับการศึกษาวิเคราะห์ทางการจัดการการผลิต

Concepts and fundamental of quality management. Statistical quality control. Tools and methods for analytic studies in operations management.

01133323 การจัดการธุรกิจโรงแรม 3(3-0-6)

(Hotel Management)

หลักการจัดการการปฏิบัติการในโรงแรม หน้าที่และการดำเนินงานของแผนกหลักในโรงแรม

Principles of hotel operations management. Duties and procedure of key departments in hotel business.

01133341 การจัดการเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล 3(3-0-6)

(Technology Management and Digital Technology)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

แนวคิด และความเข้าใจพื้นฐานของการจัดการเทคโนโลยี ประเภทของเทคโนโลยีและนวัตกรรม อิทธิพลของเทคโนโลยีแห่งอนาคตต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจและตลาดของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในองค์กรที่ประสบความสำเร็จ

Concepts and basic understandings of technology management. Types of technology and innovation. Effects of emerging technology on changing business practices and consumer markets. Successful adoption of technology in the organization.

01133415 กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการระดับโลก (3-0-6)

(Global Operations Strategy)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

บทบาทของกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในสภาพแวดล้อมของการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง การวิเคราะห์การเปลี่ยนและวิวัฒนาการของภาคอุตสาหกรรมในระดับโลก การกำหนดรูปแบบกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการขององค์กรที่เหมาะสม การพัฒนาสมรรถนะของระบบปฏิบัติการ

Roles of operations strategy for competitiveness creation in disruptive environment. Analysis of the transformation and evolution of the global industrial sector. Formulation of appropriate operations strategy for organization. Development of operations system capabilities.

01133427 การจัดการสายการบิน 3(3-0-6)

(Airline Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

กระบวนการตัดสินใจในการจัดการสายการบิน สายการบินกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบธุรกิจ ต้นทุนการดำเนินงานและประสิทธิภาพ การพัฒนาฝูงบิน เส้นทาง และตารางบิน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี แนวคิดการจัดการรายได้ การจัดจำหน่ายและการปฏิบัติการการบิน การจัดการความจงรักภักดีและความสัมพันธ์กับผู้โดยสาร ความท้าทายในการจัดการสายการบิน มีการศึกษานอกสถานที่

Airline management decision processes. Airlines and the environment. Business models, operating costs and efficiency. Fleet, route and schedule development. Product innovations and technologies. Revenue management concepts. Distribution and operations. Passenger loyalty and relationship management. Airline management challenges. Field trip required.

01140221 กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ 3(3-0-6)

(Law and Tax for Business)

ธุรกิจและสภาพแวดล้อมทางกฎหมายระดับนานาชาติ ประเภทของกฎหมายธุรกิจ ความรับผิดทางกฎหมายของธุรกิจ หลักการจัดเก็บภาษีอากร ความรับผิดทางภาษีอากรของบุคคลและธุรกิจตามประมวลรัษฎากร ภาษีสรรพสามิตและภาษีศุลกากร การวางแผนภาษีเพื่อบุคคลและธุรกิจ

Business and legal environment under the international level. Classification of business laws. Legal liabilities of business. Principle of tax collection. Personal and business tax liabilities under the revenue code. Excise tax and customs tax. Personal and business tax administration.

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

3.2 ชื่อ สกุล ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ – นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
1.	นางชลลดา สัจจานิตย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บธ.บ. (การตลาดระหว่างประเทศ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532 M.B.A. (Marketing) Sasin Graduate Institute of Business Administration of Chulalongkorn University, 2538 Ph.D. (Business Administration), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559	**งานวิจัย** 1. Encouraging sustainable consumer behavior: A stakeholder perspective. Eurasian Business Perspectines, 2561 2. Consumer responses to firms' environmental disposition strategy, 2561 3. The influence of perceived service performance on Generation Z's eWOM intentions in the food service sector, 2561 4. Measuring customer-oriented product returns service performance, 2562 5. The Role of Self-service Technology (SST) Service Quality in Enhancing Customer Relationships: The Case of Mobile Banking Services in Thailand, 2563	01134111 01134315 01134212 01134413 01134423 01134498	01134111 01134212 01134315 01134413 01134423 01134490 01134498
2.	นางชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ* รองศาสตราจารย์ ศ.บ. (การเงินระหว่างประเทศและการคลัง) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527 บธ.ม. (การตลาด) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529	**งานวิจัย** 1. Brand Personality Communication of Thai Fashion Design Apparels, 2561 2. Geo-Informatics and Space Techology Corporate Brand Personnality and Implementation in Thailand, 2561 3. Corporate Brand Personality and Personal Branding Procedures in Non - Profit Organization, 2562 4.Impact of Sustainability Marketing: An Empirical Study on Consumers' Perception and Attitudes towards Bio Plastic Coffee Cups in Thailand, 2563	01134111 01134351 01134353 01134354 01134498	01134111 01134351 01134353 01134354 01134357 01134498

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ – นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
3.	นางณัฐกันย์ ชินนรานันทน์* อาจารย์ กศ.บ. (ธุรกิจศึกษาการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2541 บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543 Ph.D. (International Business) สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย, 2562	**งานวิจัย** Consumers' willingness to pay for green hospital practices, 2561	01134111 01134212 01134355 01134490 01134498	01134111 01134212 01134325 01134355 01134490 01134498
4.	นายทรงพร หาญสันติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ B.B.A. (Marketing) Deakin University, Australia, 2542 M.B.A. (International Trade) Victoria University, Australia, 2544 D.B.A. (Business of Administration) Victoria University, Australia, 2548	**งานวิจัย** 1. การรับรู้คุณค่าตราสินค้ามีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อข้าวหอมมะลิบรรจุถุง ตราหงษ์ทอง ในห้างโมเดิร์นเทรด ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2562 2. ทรงพร หาญสันติ, อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2562 3. Influential factors Impact on the Behaviors of Art and Cultural Center's Visitors in Thailand, 2561	01134111 01134333 01134341 01134411 01134498	01134111 01134333 01134341 01134411 01134497 01134498
5.	นายธงชัย ศรีวรรธนะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536 M.S. (Finance) Seattle University, USA., 2540 Ph.D. (Business Administration) Louisiana State University, USA., 2549	**งานวิจัย** 1. อิทธิพลของการโพสเฟสบุคและแนวคิดลูกค้าเป็นศูนย์กลางในฐานะตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารแบบบอกต่อ กรณีศึกษาเฟสบุคของสโมสร : ฟุตบอลแห่งหนึ่งในไทยพรีเมียร์ลีค, 2561 2. อิทธิพลของการรับรู้ด้านความรับผิดชอบทางสังคมที่มีต่อความรักในตราสินค้าโดยผ่านชุมชนตราสินค้าที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลางกรณีศึกษาชุมชนตราสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทผู้ผลิตอาหาร, 2563 3. Enabling process of e-WOM and self-image congruence in Facebook page: a case study of passionate partisanship in the Thai professional soccer team, 2562	01134111 01134324 01134498	01134111 01134324 01134356 01134498

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ – นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
6.	นางธีรารัตน์ วรพิเชฐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บธ.บ.(การตลาด) เกียรตินิยมอันดับ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539 M.B.A. (Marketing) University of Illinois at Chicago, USA,. 2544 Ph.D. (International Business) Asian Institute of Technology, 2550	**งานวิจัย** 1. การปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงในการตลาดผู้ประกอบการ, 2562 2. SMEs' Activities According To Dimensions of Entrepreneurial Marketing, 2562 3. การปฏิบัติเกี่ยวกับการทำงานเชิงรุกในการตลาดผู้ประกอบการ, 2563 4. Innovation Creating in Small Firms, 2561	01134111 01134311 01134314 01134490 01134491 01134498	01134111 01134311 01134314 01134412 01134432 01134490 01134491 01134498
7.	นางสาวประพิมพรรณ ลิ่มสุวรรณ์* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วท.บ. (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545 M.Sc. (Food Industry Management and Marketing) Imperial College, University of London, UK., 2546 ปร.ด. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551	**งานวิจัย** 1. A marketing communication tools for retail bakery chains: examining the roles of customers' motivation to intention to purchase, 2562 2. Closing the health gaps of innovative products for an aging society: exploring product knowledge, product attitude, and product innovation and intention to purchase healthy diet innovation products for nursing care of the elderly in Thailand, 2562 3. An Analysis of Critical Success factors influencing on performance index for therapeutic product development, 2561 4. Co-Creating values and values perception of Food Delivery Services through Mobile Phone Application experience in Lazy Economy Society, 2563	01134111 01134323 01134331 01134332 01134431 01134432 01134492 01134498	01134111 01134323 01134331 01134332 01134431 01134432 01134492 01134498

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ – นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
8.	นายไพฑูรย์ เจตธำรงชัย อาจารย์ B.B.A. (Marketing) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2535 M.Phil (Marketing Management) Manchester University, USA., 2537 Ph.D. (Marketing Management) Alliance Manchester Business School, UK, 2541	**งานวิจัย** 1. The Mediating Role of Pharmacy Engagement on the Relationship of Perceived Service Quality, Customer Perception, Price Strategy with Pharmacy Customer Devotion, 2562 2. Understanding the Implementation of Artificial Intelligence on Phamacy Business in Thailand, 2562 3. The Impact of Artificial Intelligence Outcomes on the Performance of Phramacy Business in Thailand, 2563	01134111 01134321 01134323 01134498	01134111 01134321 01134323 01134342 01134424 01134498
9.	นางสาวศิริรัตน์ โกศการิกา* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ B.B.A. (Marketing) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2545 M.Sc. (E-Commerce Management), University of London, UK, 2547 Ph.D. (Marketing) University of London, 2554	**งานวิจัย** 1. ส่วนประสมของแบรนด์ผู้นำที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561 2. การตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้าและความตั้งใจของลูกค้าชาวไทยในช่องทางออนไลน์, 2563	01134111 01134423 01134498	01134111 01134322 01134333 01134356 01134357 01134421 01134423 01134498
10.	นางสุชัญญา สายชนะ* บธ.บ.(การเงินและการการธนาคาร) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541 บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543 ปร.ด.(บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2559	งานวิจัย 1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอพพลิเคชัน QueQ ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2561 2. พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, 2562 3. ทฤษฎี 7Cs การออกแบบเว็บไซต์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจองที่พักออนไลน์ผ่าน Agoda ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2562 4. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งผ่านบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2563 5. พฤติกรรมการใช้บริการจัดส่งอาหารของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร, 2563 6. The Effect of the Unofficial Sponsorship of Celebrity Doing a Good Cause on Consumer Responses: An Empirical Investigation, International, 2563.	01134111 01134312 01134314	01134111 01134311 01134312 01134314 01134326 01134442

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

3.2.3 อาจารย์ผู้สอน

ไม่มี

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ(สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอนในหลักสูตรปรับปรุง
1.	นางยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ รองศาสตราจารย์ วท.บ.(เทคโนโลยีทางอาหารและชีวภาพ) เกียรตินิยมอันดับ 2 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525 พบ.ม.(การตลาด) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2529	**งานวิจัย** 1. การตลาดสำหรับองค์กรเพื่อการกุศล: ปัจจัยที่มีผลต่อการจูงใจเพื่อบริจาคเงินผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อการศึกษาของคนรุ่นต่อไป, 2563 2. ความคาดหวังของลูกค้าและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการของสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2563	01134111 01134354 01134422 01134498
2.	นายก่อศักดิ์ โตวรรธกวณิชย์ B.B.A (English & Mass Communication) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547 M.B.A. (Post Harves Technology) Mokpo National University, South Korea, 2550 Ph.D. (Food Engineering) Mokpo National University, South Korea, 2554	งานวิจัย การพัฒนาระบบการใช้งานอากาศยานไร้คนขับเพื่อการเกษตร และการจัดเก็บข้อมูลทางการเกษตรเพื่อรองรับการเกษตร 4.0, 2563	01134111 01134312 01134314

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา) (ถ้ามี)

หลักสูตรกำหนดรายวิชา 01134490 สหกิจศึกษา หรือ 01134492 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด เป็นวิชาเฉพาะเลือกโดยรายวิชาสหกิจศึกษาใช้ระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา ส่วนวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาดใช้ระยะเวลา 200 ชั่วโมง

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

หัวหน้างานในสถานประกอบการทางธุรกิจที่นิสิตเข้ารับการฝึกปฏิบัติงานเป็นผู้ประเมิน ในหัวข้อต่อไปนี้

4.1.1 <u>**ด้านคุณธรรม จริยธรรม**</u> นิสิตมีเคารพต่อกฎ ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์การ มีความซื่อสัตย์ เคารพต่อกฎ ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์การ

4.1.2 <u>**ด้านความรู้**</u> สามารถคิด ค้นคว้า วิเคราะห์ และประยุกต์หลักการ แนวคิด / ทฤษฎี ระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

4.1.3 <u>**ด้านปัญญา**</u> เข้าร่วมวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขร่วมกันกับผู้บังคับบัญชาขั้นต้นในสถานการณ์จริง

4.1.4 <u>**ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**</u> นิสิตมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย สามารถทำงานเข้ากับหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน

4.1.5 <u>**ด้านวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**</u> นิสิตสามารถเรียนรู้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายได้

4.2 ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

เดือนพฤศจิกายน – เดือนมีนาคม รวม 15 สัปดาห์ จัดเต็มเวลา 1 ภาคการศึกษา

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

หลักสูตรกำหนดให้นิสิตทำโครงงานในรายวิชา 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 01134497 สัมมนา และ 01134498 ปัญหาพิเศษ

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

รายวิชา 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด ให้นิสิตจัดทำแบบสอบถาม ค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อมาวิเคราะห์และตีความของข้อมูลในการจัดทำรายงานวิจัยให้มีคุณภาพ

รายวิชา 01136498 ปัญหาพิเศษ ให้นิสิตศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลทางการตลาด เพื่อนำมาเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน แล้วทำการนำเสนอด้วยปากเปล่าผ่านระบบออนไลน์

รายวิชา 01134497 สัมมนา ให้นิสิตจัดทำโครงงานและนำเสนอโดยการให้นิสิตจัดสัมมนาเป็นกลุ่ม โดยมีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่มีความรู้และประสบการณ์มาบรรยายให้กับผู้เข้าร่วมสัมมนาฟัง

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

5.2.1 **ด้านคุณธรรม จริยธรรม** นิสิตมีความซื่อสัตย์ สุจริตในทางวิชาการ ไม่ละเมิดสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น มีความสามารถในการทำงานเป็นหมู่คณะ ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น และมีความตรงต่อเวลา

5.2.2 **ด้านความรู้** นิสิตมีความเข้าใจในทฤษฎี แนวความคิด ตลอดถึงกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้านบริหารธุรกิจ มีความเข้าใจในอิทธิพลของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการบริหารองค์การธุรกิจ

5.2.3 **ด้านปัญญา** นิสิตมีความสามารถในการสืบค้น ค้นคว้า ประมวลความรู้ด้านบริหารธุรกิจมาจัดทำเป็นรายงาน มีความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์ปัญหาด้านบริหารธุรกิจ เสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาและกำหนดกลยุทธ์ มีความสามารถในการเขียนเป็นรายงานพร้อมวิธีการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ h

5.2.4 **ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ** นิสิตมีทักษะในการทำงานเป็นกลุ่ม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย

5.2.5 **ด้านวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ** มีความสารถในการนำข้อมูลเชิงปริมาณมาประมวล วิเคราะห์และนำเสนอทางเลือกต่างๆด้านบริหารธุรกิจ และมีทักษะในการนำเสนอตลอดจนการใช้โสตทัศนูปกรณ์และเครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3 ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

5.4 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

มีการบรรยายทบทวนทฤษฎีและสถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยทางการตลาด จากนั้นให้มีการจัดทำข้อเสนอโครงการในรายวิชาโดยเน้นให้รายวิชา 01134491 และ 01134498 เป็นการจัดทำรายงานรายบุคคล หรือกลุ่มตามหัวข้อที่จะนำมาเสนออาจารย์ที่รับผิดชอบรายวิชา โดยจะเน้นประเด็นที่มีความทันสมัย เป็นที่สนใจในขณะนั้น หากได้รับการอนุมัติหัวข้อ จะสามารถนำไปดำเนินการโดยมีการมอบหมายอาจารย์ที่ปรึกษาในสัดส่วนพอๆ กัน และให้ผู้เรียนติดตามงานของตนและเสนอความก้าวหน้าตามกรอบเวลาและรูปแบบเล่มตามวิทยานิพนธ์ ในส่วนของวิชา 01134497 สัมมนา จะเน้นให้นิสิตเปิดโลกทัศน์ด้วยการเข้าดูงานบริษัทชั้นนำ และมีการปฏิบัติงานจัดสัมมนาจริงแบบมืออาชีพ ประชุมการหาประเด็นหรือหัวข้อสัมมนาที่มีความสนใจในช่วงเวลานั้นด้วยวิทยากรที่มีชื่อเสียง

5.6 กระบวนการประเมินผล

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

หมวดที่ 4 ผลการเรียน กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนิสิต

คุณลักษณะพิเศษของนิสิต	กลยุทธ์การสอน / กิจกรรม
1.1 มีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Value Added in Marketing) ให้แก่สินค้าหรือบริการ	การบรรยายในชั้นเรียน การทำกิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษา การศึกษาดูงานนอกสถานที่ การนำเสนอโครงงาน
1.2 มีทักษะในการปฏิบัติงานด้านการขาย การวิจัยและการวางแผนการตลาด	โครงการวิจัยตลาด การเก็บข้อมูลภาคสนาม การฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน การฝึกประสบการณ์ทางการตลาด สหกิจศึกษา
1.3 มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แผนการตลาดใหม่ ๆ ที่สามารถแข่งขันได้	การแข่งขันความเป็นเลิศทางวิชาการตลาด การประกวดแผนการตลาด

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) มีความสามารถในการจัดการปัญหาโดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น 2) สำนึกดี สามัคคี มีวินัย และมีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพกฎระเบียบ	- จัดกิจกรรมกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ในช่วงปฐมนิเทศและปัจฉิมนิเทศ - ทุกรายวิชามีการสอดแทรกตัวอย่างปัญหาและแนวทางในการแก้ปัญหาด้านคุณธรรม จริยธรรม ในประเด็นทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง - การเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์ - การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม - การสอนแบบอภิปรายจากกรณีตัวอย่าง	- ให้นิสิตประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนและหลังการเรียน - การประเมินโดยอาจารย์ผู้สอนจากการสังเกตพฤติกรรมการแสดงออกของนิสิต - การให้ผู้ใช้บัณฑิตเป็นผู้ประเมินผลด้านคุณธรรม จริยธรรมของบัณฑิต

2.2 ด้านความรู้

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) มีความรู้ในหลักการและทฤษฎีในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ เช่น การตลาด การบัญชี การจัดการ การเงิน การจัดการการผลิต	- การบรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน - มอบหมายหัวข้อรายงาน - กำหนดให้มีการบรรยายภาพรวมหลักสูตรและภาพรวมของความรู้ในรายวิชาก่อนเข้าสู่บทเรียน - กำหนดให้มีการสรุปย้ำความรู้ใหม่หลังบทเรียน พร้อมทั้งเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิม - การทบทวน การฝึกปฏิบัติ การเรียนโดยใช้กรณีศึกษา - การเชิญอาจารย์พิเศษที่มีประสบการณ์จริงในโลกธุรกิจ - การซักถามและตอบปัญหาในชั้นเรียน	- การสอบย่อยในชั้นเรียน - การสอบกลางภาคและการสอบไล่ปลายภาค - การประเมินผลระหว่างภาคเรียน เช่น การนำเสนอรายงาน ผลจากการเข้าร่วมโครงการแข่งขันกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนภายนอก

2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) สามารถนำความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง และเหมาะสม 2) สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ	- การแนะนำและฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์จากโจทย์ที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากตามระดับการเรียน - การมอบหมายงานเพื่อฝึกฝนทักษะการแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษาและโจทย์ปัญหา หรือสถานการณ์จำลอง - การเรียนการสอนในวิชาปัญหาพิเศษ ที่จะช่วยพัฒนาทักษะทางปัญญาด้วยการบูรณาการความรู้ที่เรียนมาทั้งหมดมาใช้ในการแก้ปัญหาการวิจัย - กำหนดโจทย์ปัญหาและให้นิสิตได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและช่วยกันแก้ไขปัญหา	- ผลงานการสร้างสรรค์ กิจกรรม - การสอบข้อเขียนจากโจทย์ที่ต้องใช้ทักษะทางปัญญา - การประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา - การประเมินจากผู้ใช้บัณฑิต

2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) มีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี 2) มีความรับผิดชอบ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง	- การมอบหมายงานกลุ่มย่อย การสลับหมุนเวียนสมาชิกกลุ่ม และตำแหน่งหน้าที่ในกลุ่ม - การแนะนำกฎ กติกา มารยาท บทบาทความรับผิดชอบของแต่ละคนในการเรียนรู้ร่วมกันในรายวิชาต่าง ๆ - การสอดแทรกตัวอย่างผลกระทบของทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่มีต่อตนเองและสังคม	- นิสิตประเมินตนเองและเพื่อนในกลุ่ม โดยสรุปผลการประเมินจากเสียงส่วนใหญ่ - การประเมินโดยอาจารย์สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกของนิสิต - การประเมินทักษะความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและความรับผิดชอบของบัณฑิตโดยผู้ใช้บัณฑิต

2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) สามารถใช้องค์ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ในการศึกษาค้นคว้าและแก้ไขปัญหา 2) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนองานและสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคคลที่แตกต่างกัน	- การมอบหมายงานที่ต้องใช้ทักษะด้านการสืบค้นข้อมูล การจัดการและจัดเก็บข้อมูลด้ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น งานวิจัย การหาข้อมูลเพื่อจัดทำรายงาน เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ - การแนะนำวิธีการจัดการข้อมูล การสื่อสาร การนำเสนอที่เหมาะสม การติดตามและตรวจสอบกระบวนการทำงาน - การมอบหมายให้จัดทำรายงาน และการนำเสนอ	- การประเมินจากผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และการจัดการข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ - การประเมินจากรูปแบบการนำเสนอรายงาน หรือผลการปฏิบัติงาน - การประเมินทักษะการสื่อสารด้วยภาษาจากการเขียนรายงาน - การประเมินทักษะการสื่อสารด้วยวาจาจากการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน การอภิปรายในชั้นเรียน

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม			2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3
01134111	●	●		●			●	○			○		●		
01134212	●	○		●			○	○		●	●		○	●	
01134311	●	○		●			●			●	●		●	●	
01134312	●	○		●			○	●		○	●		●	●	
01134314	●	●		●			●	●		●	●		○	●	
01134315	●	●		●			●	●		●	●		○	●	
01134321	●	●		●			●	●		●	●		○	●	
01134322	●	○		●			●	●		●	●		○	●	
01134323	●	●		●			●	●		●	●		●	●	
01134324	●	○		●			●	○		●	○		○	●	
01134325	●	●		●			●	○		●				●	
01134326	●	●		●			●	●		●	○		●	○	
01134331	●	○		●			●	●		●	●		●	●	
01134332	●	○		●			●	●		●	●		●	●	
01134333	●	○		●			●	●		●	●		○	●	
01134341	●	●		●			●	●		●	●		○	●	
01134342	●	●		●			●	○		●	○		○	●	
01134351	●	●		●			●	●		○	●			●	
01134353	●	●		●			○	○		●	●			●	
01134354	●	●		●			○	●		●	●		○	●	
01134355	●	●		●			●	●		●	●		●	●	
01134356	●	●		●			○	●		○	●		○	●	
01134357	●	●		●			○	●		○	●		●	●	
01134411	●	●		●			○	●		●	●		○	●	
01134412	●	●		●			●			○	●		●	○	
01134413	●	●		●			●	○		●	○		●	●	
01134421	●	●		●			●	●		○	●		○	●	
01134422	●	●		●				●		●	●			●	
01134423	●	●		●			○	○		●	●		○	●	
01134424	●	●		●			●	●		●	●		○	●	
01134431	●	●		●				●		●	●			○	
01134432	●	●		●			●	●		●	●		●	○	
01134442	●	●		●			●	●		●	●		●	●	
01134490	●	●		●			●	●		●	●		●	●	
01134491	●	●		●			●	●		●	●		●	●	
01134492	●	●		●			●	●		●	●		●	●	
01134497	●	●		●			●	●		●	●		●	●	

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม			2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3
01134498	●	●		●			●	●		●	●		●	●	
01101181		○		●			●	○		○			○	○	
01101182		○		●			●			○	○			●	
01130112	●			●			○	●		○	●		●	●	
01130171		○	●		●		○	●		○	●	●	●		
01130172	○		●	●			●	○		○	●	●	●	○	
01130211	○	●	●	●	○	○	●	○	●	○	●	●	●	○	
01131211	○			●			●				●		○	○	
01131212		●		●			●				○		○	○	
01131312	○			●			●	○			○		○	●	
01131315	●			●			●	○		○			○		
01131316		○		●			●	○		○				●	
01131322	○			●			●				○		○	●	
01131441		○		●			●	○		○			○	●	
01132111	●	○		●						○		○		○	
01132213	○		●	○	●		○		●	●	●	○			●
01132221	○	●	●	○	○				●	●	●		●	●	
01132222			●	○		○	●		●	○	●			○	●
01132231		○	○		○	●		●	●	○	○		●	●	●
01132263	●	●		●		○	●			○		●		○	
01132332		○		○	●	●		○	●	○	○		●	●	●
01132333	○	○			○		●	●	●		○	○		●	
01132334		○	○	○	●		●	●			○	●	●		●
01132335	●	○		●			●	○		○	●	●	●	●	
01132351	○	○		●	●	○	●	●	○	○	○			○	○
01132362	●	○	○	○	●	●	●	●	○	●	○	●	○	○	●
01132413	○	○		●	●	●	●	●	○	○	●	●		●	●
01132471	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●
01133211	●	●		●			○	●		○	●		○	●	
01133242	●	●		●			●	●		●	●		●	●	
01133312	●	●		●			●	●		●	●		○	●	
01133313	●	●		●			●			●			○	●	
01133314	●	●		●			●	●		●	●		○	○	
01133317	●	●		●			●	●		●	●		●	○	
01133323	●	●		●			●	●		●	●		●	○	
01133341	●	●		●			●	●		●	●		●	○	
01133415	●	●		●			●			●			●	○	
01133427	●	●		●			●	○		●	○		●	●	
01140221		●		●			○				○		○		

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี 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 (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 หากไม่ปฏิบัติตามให้ถือว่านิสิตผู้นั้นได้ระดับคะแนน F หรือ U ในรายวิชานั้น

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิต

2.1 การทวนสอบระดับรายวิชาขณะนิสิตยังไม่สำเร็จการศึกษา

- แต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
- คณะกรรมการตรวจดูความเหมาะสมของวิธีการ 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 กรณีเมื่อเรียนครบหลักสูตรและเงื่อนไขว่าด้วยอนุปริญญาที่กำหนดไว้ในแต่ละหลักสูตร หรือกรณีที่นิสิตเรียนครบตามหลักสูตร ในข้อ 28.2 และปฏิบัติครบตามข้อกำหนดและระเบียบ แต่ได้แต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.00

28.5 นิสิตต้องชำระหนี้สินทั้งหมดที่มีต่อมหาวิทยาลัย ต่อคณะ หรือต่อภาควิชาให้เรียบร้อยเสร็จสิ้นก่อน จึงจะได้รับการเสนอชื่อเพื่อขอรับปริญญาหรืออนุปริญญา

28.6 นิสิตที่สมควรได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญาหรืออนุปริญญาต้องเป็นผู้ที่มีความประพฤติที่ไม่ขัดต่อระเบียบของมหาวิทยาลัยและวินัยของนิสิต

28.7 สภามหาวิทยาลัย เป็นผู้พิจารณาอนุมัติปริญญาหรืออนุปริญญา

28.8 ผู้สำเร็จการศึกษาที่จะได้รับการเสนอชื่อเพื่อขอเข้ารับพระราชทานปริญญาหรืออนุปริญญาได้ต้องผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมนิสิตและต้องเข้าร่วมทดสอบความรู้หรือทักษะอื่นตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

28.9 พิธีประสาทปริญญากำหนดปีละหนึ่งครั้ง

หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 อาจารย์ใหม่จะได้รับการแนะนำหลักสูตรและบทบาทรายวิชาที่สอนจากอาจารย์ประจำหลักสูตรของภาควิชา

1.2 อาจารย์ใหม่จะได้รับผิดชอบในรายวิชาพื้นฐานและรายวิชาที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญทั้งนี้จะต้องจัดทำ มคอ.3 สำหรับรายวิชาที่ตนรับผิดชอบ โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ และหรือจากอาจารย์ผู้มีประสบการณ์ในรายวิชานั้นมาก่อน

1.3 อาจารย์พิเศษ ต้องมีหนังสือเชิญเพื่อเป็นอาจารย์พิเศษสำหรับการบรรยายโดยระบุ หัวข้อบรรยาย ที่สอดคล้องกับเนื้อหาในรายวิชา โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชานั้นเป็นผู้เสนอชื่ออาจารย์พิเศษต่อหัวหน้าภาคเพื่อเสนอคณบดีอนุมัติ

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการจัดให้อาจารย์ผู้สอนของ วิจารณ์บรรยากาศการเรียนการสอนเพื่อร่วมกันพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในชั้นเรียน และวิธีการแก้ไขปัญหาในการเรียนการสอน ตลอดจนการร่วมกันหารือเกี่ยวกับการวัดและการประเมินผลสำหรับรายวิชาที่มีอาจารย์ผู้สอนร่วมหลายคน
- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสอนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น โปรแกรม Edufarm,Google Classroom และโปรแกรมสนับสนุนการสอนอื่น ๆ
- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมโครงการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผลที่จัดโดยคณะฯ และมหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอก
- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนใน การเข้าร่วมอบรม สัมมนาวิชาการในสาขาที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศให้แก่คณาจารย์ทุกท่าน
- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนการทำวิจัย การเขียนตำราวิชาการ เอกสารประกอบการสอนเป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

- การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ โดยสนับสนุนให้อาจารย์เข้าอบรมเรื่องการเขียนบทความเชิงวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและระดับนานาชาติ
- การมอบหมายให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการประกวดแข่งขันของนิสิตเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์อาจารย์ในโลกธุรกิจ

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การกำกับมาตรฐาน

1.1 ในระดับมหาวิทยาลัย การดำเนินการหลักสูตรต้องเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของกระทรวงศึกษาธิการ

1.2 ในระดับคณะ คณบดีแต่งตั้งอาจารย์ประจำที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของกระทรวงศึกษาธิการ โดยมีคณะกรรมการการศึกษาของคณะฯ เป็นผู้กำกับติดตามและให้ความเห็นข้อแนะนำเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตรโดยเฉพาะในประเด็นการกำกับมาตรฐาน ตามองค์ประกอบที่ 1 ของการประกันคุณภาพภายใน ระดับหลักสูตร

1.3 ในระดับหลักสูตร ประธานหลักสูตร และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกันในการบริหารหลักสูตรให้เป็นไปตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

2. บัณฑิต

หลักสูตรกำหนดคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ซึ่งครอบคลุมผลการเรียนรู้ 5 ด้านคือ 1) ด้านคุณธรรมจริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งในแต่ละปีการศึกษาจะจัดให้มีการประเมินคุณภาพบัณฑิตตามคุณลักษณะดังกล่าวโดยผู้ใช้บัณฑิต ดำเนินการสำรวจภาวะการมีการทำหรือประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิตปริญญาตรี

3. นิสิต

การรับนิสิต รับนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติที่มีทักษะการใช้ภาษาไทยได้ดีตามแผนการรับนิสิตที่กำหนดไว้ โดยมีคุณสมบัติของผู้สมัครเป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมีกระบวนการรับนิสิตใหม่เป็นไปตามข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเมื่อรับนิสิตใหม่แล้ว หลักสูตรได้มีการเตรียมความพร้อมด้วยการจัดปฐมนิเทศในระดับหลักสูตรโดยเชิญคณาจารย์ของภาควิชาทุกท่านให้โอวาทและแนะนำทางวิชาการแก่นิสิตใหม่ 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 การสอนรายวิชาพื้นฐานและรายวิชาในหลักสูตร สายงานวิจัย และแนะนำอาจารย์ที่สอนในรายวิชาต่าง ๆ หากอาจารย์ใหม่สนใจเป็นผู้สอนร่วม อาจารย์ประจำทำหน้าที่ให้คำปรึกษา

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

มีระบบส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ ให้มีความก้าวหน้าทางด้านวิชาการ

- มีการอบรมสัมมนา ศึกษาดูงาน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำความรู้มาพัฒนาต่อยอดให้มีความทันสมัย และสามารถนำมาปรับใช้ในด้านการเรียนการสอน

การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

- การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ
- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การสอนระหว่างอาจารย์ที่มีผลการสอนดีเด่น เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ให้แก่อาจารย์ท่านอื่น ๆ ในแต่ละภาคการศึกษา
- การมอบหมายให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการประกวดแข่งขันของนิสิตเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์อาจารย์ในโลกธุรกิจ

การเตรียมการสำหรับอาจารย์ประจำหลักสูตรใหม่

หลักสูตร มีการเตรียมการสำหรับอาจารย์ประจำหลักสูตรใหม่ดังนี้

1) จัดหาเอกสารที่เกี่ยวข้องด้านการเรียนการสอน เช่น รายละเอียดหลักสูตร กฎระเบียบ/ข้อปฏิบัติทางการศึกษา คู่มือนิสิต คู่มืออาจารย์ที่ปรึกษา ระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จรรยาบรรอาจารย์ 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 สื่อและระบบสารสนเทศต่างๆ ซึ่งนิสิตสามารถสืบค้นและศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเองได้ นอกจากนี้นิสิตยังสามารถใช้บริการจากห้องสมุดพิทยาลงกรณ ซึ่งเป็นห้องสมุดของคณะบริหารธุรกิจและคณะเศรษฐศาสตร์ได้อีกด้วย พร้อมทั้งระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

เพื่อให้สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีเพียงพอและเหมาะสมกับการใช้งาน ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะประสานงานกับสำนักหอสมุดในการจัดหาตำรา หนังสืออ้างอิงที่เกี่ยวข้องเพื่อบริการให้แก่อาจารย์และนิสิตได้ค้นคว้าและใช้ประกอบการเรียนการสอนโดยให้อาจารย์ผู้สอนมีส่วนในการเสนอแนะรายชื่อหนังสือ ตำรา วารสารสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ โดยมีการจัดสรรงบประมาณและแผนงบประมาณเพื่อจัดซื้อทรัพยากรการเรียนสอนเพิ่มเติม ทั้งนี้จะมีการสอบถามอาจารย์ถึงความต้องการการจัดซื้อตำรา หนังสืออ้างอิง เอกสารการสอนอื่นๆ รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ก่อนเปิดภาคเรียนในแต่ละภาคการศึกษา

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีการศึกษา				
	2565	2566	2567	2568	2569
1. <u>**อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร**</u>อย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X
2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติหรือมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/ 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 และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	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 หรือการประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว <u>**ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำคณะให้ดำเนินการ**</u>	X	X	X	X	X

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีการศึกษา				
	2565	2566	2567	2568	2569
8. <u>อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรคนใหม่</u> (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศ โดยเฉพาะเป้าประสงค์ของหลักสูตรหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	X	X	X	X	X
9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพที่<u>เกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่สอนหรือเทคนิคการเรียนการสอน</u> อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	X	X	X	X	X
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. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0	X*	X*	X*	X*	X

* เป็นการประเมินตัวชี้วัดต่อเนื่องจากหลักสูตรเล่มก่อนหน้านี้

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 ร่วมกับคณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง

4.3 เสนอแนวทางและแผนการพัฒนาปรับปรุง และบรรจุแผนการปรับปรุงหลักสูตรไว้ในยุทธศาสตร์การบริหารงานของภาควิชา

วช.มก. 1-1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี
ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

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

1. **รหัสวิชา** 01134326 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดผู้ประกอบการ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Entrepreneurial Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 26 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
6. **วัตถุประสงค์ในการขอเปิดรายวิชาใหม่**

6.1 ความสำคัญของการขอเปิดรายวิชา

ปัจจุบัน มีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไปให้ความสนใจคำว่า "การเป็นผู้ประกอบการ" (Entrepreneurship) มากขึ้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากรัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกล่างและขนาดย่อม (SMEs) นอกจากผู้ประกอบการยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพราะการดำเนินกิจกรรมของการประกอบการคือ สิ่งกระตุ้นให้เศรษฐกิจเจริญเติบโต ดังนั้นรัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับ SMEs และมุ่งสร้างวัฒนธรรมหรือสังคมผู้ประกอบการให้แพร่หลาย เพื่อสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่พื้นฐานความรู้ มีประสบการณ์ และขีดความสามารถ ให้ก้าวเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ถึงจึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างธุรกิจใหม่ขึ้น และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าประเทศไทยนั้นมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพ สามารถช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า และแข่งขันในระดับเวทีการค้าโลกได้อย่างยั่งยืน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

นิสิตสามารถพัฒนาแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการและนำเสนอในรูปแบบ การนำเสนอแนวคิดแผนการตลาดของธุรกิจ (Pitching) ได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ลักษณะ แนวคิด กระบวนการ เทคนิค และกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางการตลาด การทำวิจัยตลาด การสร้างสรรค์การตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด การสร้างสรรค์คุณค่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด จรรยาบรรณสำหรับนักการตลาด

Characteristics, concepts, procedures, techniques and marketing strategies for entrepreneurs. Analysis and assessment of market opportunities. Conducting market research. Marketing creativity. Market segmentation. Targeting and Positioning. Value creation. Marketing mix strategies. Marketing strategy planning. Code of ethics of marketer.

8.* **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.* **แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

วช.มก. 1-1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี
ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

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

1. **รหัสวิชา** 01134357 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Branding Strategy in Digital Era
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 26 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
6. **วัตถุประสงค์ในการขอเปิดรายวิชาใหม่**

6.1 ความสำคัญของการขอเปิดรายวิชา

ตราสินค้าหรือแบรนด์มีความสำคัญกับธุรกิจเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล ที่ลูกค้าเป้าหมายเปิดรับข่าวสาร ได้รับอิทธิพลทางความคิด จนกระทั่งตัดสินใจซื้อจากปัจจัยแวดล้อมหลายประการในสังคมดิจิทัล การสร้างการตระหนักรู้ จดจำ ตลอดจนการส่งมอบคุณค่าของแบรนด์ และการสื่อสารแบรนด์ จัดเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน อีกทั้งยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่นในแบรนด์ สร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวแบบยั่งยืนกับลูกค้าเป้าหมายได้ในที่สุด

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

6.2.1 นิสิตสามารถวิเคราะห์ตราสินค้าที่ประสบตความสำเร็จในยุคดิจิทัลได้

6.2.2 นิสิตสามารถออกแบบตราสินค้าได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

คุณค่าตราสินค้าตามการรับรู้ของลูกค้าในยุคดิจิทัล การกำหนดเอกลักษณ์ตราสินค้า สาระสำคัญของตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้าบนดิจิทัลแพลตฟอร์มและจุดติดต่ออื่น ๆ เพื่อสร้างความผูกพันเชื่อมโยง และความยั่งยืนให้กับตราสินค้า การประเมินคุณค่าตราสินค้า

Customer-based brand equity in digital ear. Brnad identity and brand essence creation. Brand Communication on digital platform and other contact points for brand association and sustainability. Brand equity assessment.

8.* **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.* **แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

วช.มก. 1-1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี
ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

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

1. **รหัสวิชา** 01134424 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing Data Analytic
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 26 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
6. **วัตถุประสงค์ในการขอเปิดรายวิชาใหม่**

6.1 ความสำคัญของการขอเปิดรายวิชา

ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด เป็นศาสตร์ที่นักการตลาดจำเป็นต้องให้ความสนใจ เพราะการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค พฤติกรรมและสันทางการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการกำหนดแผนและกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

6.2.1 นิสิตสามารถนำปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การอธิบายและเปรียบเทียบการ ตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

6.2.2 นิสิตสามารถออกแบบกลยุทธ์ตราสินค้าได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีและความท้าทายในการประยุกต์เทคโนโลยีมาใช้ด้านการตลาด สภาพแวดล้อมการตลาดภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมและเส้นทางการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค การวางแผนการตลาด

Introduction to technology and its challenges in applying such a technology in marketing. Marketing environments in the technology disruption. Marketing data analytics in consumer buying decision. Applying advanced technology in analysing consumer behavior and customer journey. Develop marketing plan.

8.* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

วช.มก. 1-2

แบบเสนอขอปรับปรุงรายวิชา
ระดับปริญญาตรี
ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

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

1. **รหัสวิชา** 01134212 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย พฤติกรรมผู้บริโภค
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Consumer Behavior
2. **รายวิชาที่ขอปรับปรุงอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   ( ) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 26 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
6. **วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา**

   6.1 ความสำคัญของรายวิชาและเหตุผลในการปรับปรุง

   รายวิชานี้เป็นรายวิชาเฉพาะบังคับของหลักสูตร จากสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งความก้าวหน้าทางการตลาดดิจิทัล จึงต้องมีการปรับปรุงรายวิชาให้ทันสมัย

   6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

   นิสิตจะได้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในโลกออนไลน์เชิงลึกมากยิ่งขึ้น และทักษะในการเข้าใจเส้นทางของผู้บริโภค นำไปประยุกต์ใช้กับการเขียนแผนการตลาดได้

7. **ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงรายวิชา**

รายวิชาเดิม	รายวิชาปรับปรุง	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6) Consumer Behavior วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111หลักการตลาด วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี คำอธิบายรายวิชา (Course Description) หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้า โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในด้านปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ตลอดจนการนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมาประยุกต์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6) *Consumer Behavior* วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี คำอธิบายรายวิชา (Course Description) หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ตัวแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เส้นทางของผู้บริโภค ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด	ปรับปรุงคำอธิบายรายวิชา

รายวิชาเดิม	รายวิชาปรับปรุง	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
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.	Principles and analysis of consumer behavior. Consumer Behavioral Trend in Digital Edge. Consumer Decision Process Model. Customer Journey. Buying decision. Internal and external factors influencing. Marketing strategies.	

8.* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

เอกสารแนบท้าย

รหัสวิชา	01134326	3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย	การตลาดผู้ประกอบการ	
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ	Entrepreneurial Marketing	

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. ความรู้เบื้องต้นทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3
2. ผู้ประกอบการกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การสร้างธุรกิจจากโอกาส	3
สร้างคุณค่าให้ธุรกิจ	3
3. พฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันเพื่อพัฒนาการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3
4. การวิจัยทางการตลาดของผู้ประกอบการ	3
5. การแบ่งส่วนตลาด การตลาดเป้าหมาย	3
6. การจัดการผลิตภัณฑ์และคุณค่าของลูกค้าสำหรับผู้ประกอบการ	3
7. การสร้างตราสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ	3
8. การเลือกกลยุทธ์ราคาที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจ	3
9. ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นไปได้สำหรับผู้ประกอบการ	3
10. การสื่อสารทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3
11. การทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลและวิธีการทำการตลาดที่อาศัยอินเตอร์เน็ตในการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ	3
12. การตลาดสัมพันธ์และเครือข่ายของผู้ประกอบการขายและบริการหลังการขายที่มีประสทธิภาพ	3
13. การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3
14. การบริหารจัดการ การเป็นผู้นำ และจริยธรรมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3
15. การนำเสนอรายงานสมบูรณ์และการนำเสนอแนวคิดแผนการตลาดของธุรกิจ	3
	45

รหัสวิชา	01134357	3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ	Branding Strategy in Digital Age	

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อตราสินค้า	3
2. ขั้นตอนการสร้างคุณค่าตราสินค้า	24
3. การสื่อสารตราสินค้าด้วยการตลาดดิจิทัล	6
4. การสร้างความยั่งยืนให้ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	6
5. การสร้างตราสินค้าในบริบทต่างๆของยุคดิจิทัล	6
	45

รหัสวิชา	01134424	3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย	การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด	
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ	Marketing Data Analytic	

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. Introduct to techonology	3
2. Marketing Environment in the Marketing Technology Era	3
3. Challenges in applying technology in Marketing	3
4. Applying Technology Marketing in the Enterprise	3
5. Introduction to Marketing Data Analytic	3
6. Data Analytic Technique	3
7. Consumer Behavior Analytics	3
8. Marketing Data Analytic in consumer buying decision	3
9. Consumer behavior and customer journey	3
10. Customer Value Measurement	3
11. Designing Marketing Mix Development Strategies	3
12. Optimizing Marketing Data Analytic Techinque Marketing	3
13. Develop marketing plan	3
14. The Future OF Technology Marketing and Planning	3
15. Group Presentation	3
	45

รหัสวิชา	01134212	3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย	พฤติกรรมผู้บริโภค	
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ	Consumer Behavior	

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้บริโภคและการวิจัยผู้บริโภค	3
2. แนวโน้มผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	3
3. ตัวแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	3
4. เส้นทางของผู้บริโภค	3
5. กระบวนการก่อนการซื้อ	3
6. การซื้อ	3
7. กระบวนการภายหลังการซื้อ	3
8. การรับรู้ การเรียนรู้	3
9. การจูงใจ	3
10. ทัศนคติ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง	3
11. บุคลิกภาพและรูปแบบการดำเนินชีวิต	3
12. ครอบครัว	3
13. กลุ่มอ้างอิง	3
14. ชั้นทางสังคม	3
15. วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย	3
	45

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

ชื่อหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

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 การจัดการเทคโนโลยีและการปฏิบัติการ เพื่อนำไปใช้ในการควบคุมและการประเมินผลในระดับนานาชาติ
3.ทักษะทางปัญญา	3.1	สามารถนำความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง เหมาะสม ในการทำงานด้านการตลาดทั้งในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ
	3.2	สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.1	มีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี สามารถประสานงาน ทำงานที่ได้รับมอบหมายตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่อเพื่อนในกลุ่ม
	4.2	มีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้นมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น
5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	5.1	สามารถใช้องค์ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ ในการค้นคว้า และแก้ไขปัญหา
	5.2	สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนองานและสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคคลที่แตกต่างกัน และใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น จัดการ จัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษาต่างประเทศได้
	5.3	มีทักษะทางการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การสรุปประเด็น ถ่ายทอดความรู้และนำเสนอผลงาน และการใช้สื่ออื่นๆ ให้ผู้อื่นเข้าใจได้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

ผลลัพธ์การเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทางปัญญา		4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	
	1.1*	1.2*	2.1*	3.1*	3.2*	4.1*	4.2*	5.1*	5.2*
1.นิสิตสามารถอธิบายแยกแยะการเป็นนักการตลาดที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย มีความสื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม	●	●							
2.นิสิตมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Value Added Marketing) เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และนำเสนอแผนการตลาด ที่สามารถแข่งขันในระดับชาติ และระดับนานาชาติได้			●	●	●				
3.นิสิตมีความสามารถในการพัฒนาโครงงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทักษะด้านการขาย การวิจัยและการวางแผนการตลาดที่ได้รับจากการฝึกประสบการณ์ภาคสนามทั้งในต่างประเทศ			●	●	●	●	●		

ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี (YLO)

ปีที่	รายละเอียด (Expected Learning Outcome : ELO)
1	นิสิตสามารถอธิบายความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการวางแผนการตลาด สามารถค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง และสามารถนำเสนอการสืบค้นข้อมูลด้วยทักษะพื้นฐานการสื่อสารที่ดี
2	นิสิตสามารถทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีภาวะผู้นำการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างดี มีทักษะการสื่อสารทั้งการพูดและการเขียนที่ดี
3	3.1. นิสิตสามารถวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคทางการตลาดเพื่อประยุกต์ปรับใช้ในการวางแผนการตลาดในประเทศ และในตลาดต่างประเทศ (International Marketing) ได้
	3.2. นิสิตสามารถพัฒนานำความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนในการสร้างสรรค์งานด้านการตลาด
	3.3 นิสิตสามารถนำเสนอแนวความคิดทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์ โดยบูรณาการองค์ความรู้ด้านการตลาดกับศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ
	3.4 นิสิตสามารถนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาทางการตลาดได้โดยบูรณาการองค์ความรู้ทางการตลาด กับการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ คิดอย่างสร้างสรรค์
4	4.1 นิสิตสามารถสร้างสรรค์แผนการตลาดที่สามารถแข่งขันได้ในระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ
	4.2 นิสิตสามารถอธิบายถึงความสำคัญของคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
	4.3 นิสิตสามารถสร้างโครงงานเพื่อบูรณาการองค์ความรู้ในการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้แก่สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) กับนานาประเทศได้
	4.4 นิสิตสามารถนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาทางการตลาดได้โดยบูรณาการองค์ความรู้ทางการตลาด กับการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ คิดอย่างสร้างสรรค์

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลลดา สัจจานิตย์
สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2558

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย Sajjanit, C. (2018). Encouraging sustainable consumer behavior: A stakeholder perspective. Eurasian Business Perspectines. Proceeding of the 24th 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
Chonlada Sajjanit, Rompho, N. 2563. Measuring customer-oriented product returns service performance, International Journal of Logistics Management, Volume 30, Issues 3, August 2019, Pages 772-796		
Chonlada Sajjanit. 2563. The Role of Self-service Technology (SST) Service Quality in Enhancing Customer Relationships: The Case of Mobile Banking Services in Thailand, International Journal of Creative Research Thouthts, Volume 8, August 2563, Page 2801-2808	L	0.4
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล รองศาสตราจารย์ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ
สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2529

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย Chuenjit Changchenkit. 2561. Brand Personality Communication of Thai Fashion Design Apparels, A Review of Integrative Business & Economics Research, Volume 7, Issues s1 January-June, Pages 330-337.	L	0.4
Chuenjit Changchenkit. 2561. Geo-Informatics and Space Techology Corporate Brand Personnality and Implementation in Thailand, Review of Integrative Business&Economics Research. Volume 7, Issues s2, April-May, Pages 15-23	L	0.4
Chuenjit Changchenkit. 2562. Corporate Brand Personality and Personal Branding Procedures in Non - Profit Organization., International Journal of Trade, Economics and Finance, Volume 10, Issue 2, April 2562, Page 43-47	L	0.4
Chuenchit Changchenkit. 2563. Impact of Sustainability Marketing: An Empirical Study on Consumers' Perception and Attitudes towards Bio Plastic Coffee Cups in Thailand, International Journal of Trade, Economics and Finance (IJTEF), Volume 11, Issues 3, June 2020, Pages 45-49	L	0.4
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์ณัฐกันย์ ชินนรานันทน์

สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2561

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย Sajjanit, C. and Nadhakan, S. 2561. Consumers' willingness to pay for green hospital practices. The 2019 WEI International Academic Conference Proceedings, Page 3-7	L	0.4
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ

สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2548

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย ทรงพร หาญสันติ. 2562. การรับรู้คุณค่าตราสินค้ามีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อข้าวหอมมะลิบรรจุถุง ตราหงษ์ทอง ในห้างโมเดิร์นเทรด ในเขตกรุงเทพมหานคร, กาประชุมและนำเสนอผลงานวิชาการ UTTC Academic Day ครั้งที่ 3 วันที่ 31 พฤษภาคม 2562, หน้า 107-119	K	0.2
ทรงพร หาญสันติ. 2562. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ธนาคาร ออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร, การประชุมสัมมนาทางวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ครั้งที่ 16, วันที่ 26 มิถุนายน – 28 กรกฎาคม, ศรีราชา จังหวัดชลบุรี, หน้า 417-423	K	0.2
Songporn Hansanti. 2561. Influential Factors Impact on the Behaviors of Art and Cultural Center's Visitors in Thailand, International Jurnal of Businessand Management studies, Volume7, Issues2, 25-28 September 2561, Pages 457-463	L	0.4
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย ศรีวรรธนะ
สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2549

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย ธงชัย ศรีวรรธนะ. 2561. อิทธิพลของการโพสเฟสบุคและแนวคิดลูกค้าเป็นศูนย์กลางในฐานะตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารแบบบอกต่อ กรณีศึกษา: เฟสบุคของสโมสรฟุตบอลแห่งหนึ่งในไทยพรีเมียร์ลีค, การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 56 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 30 มกราคม - 2 กุมภาพันธ์ 2561, กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย, หน้า 71-79	K	0.2
ธงชัย ศรีวรรธนะ, พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, ทิพย์รัตน์ เลาหวิเชียร. 2563. อิทธิพลของการรับรู้ด้านความรับผิดชอบทางสังคมที่มีต่อความรักในตราสินค้าโดยผ่านชุมชนตราสินค้าที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลางกรณีศึกษาชุมชนตราสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทผู้ผลิตอาหาร, BU Academic Review , ปีที่ 19, ฉบับที่ 2, กรกฎาคม - ธันวาคม 2563, หน้า 190-206	N	0.8
Thonngchai Srivardhana. 2562. Enabling process of e-WOM and self-image congruence in Facebook page: a case study of passionate partisanship in the Thai professional soccer team, International Journal of Sport Management and Maketing, Volume 19, Issues 5-6, December 2562, Page 425-446	L	0.4
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาตราจารย์ธีรารัตน์ วรพิเชฐ
สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2550

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย ธีรารัตน์ วรพิเชฐ. 2562. การปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงในการตลาดผู้ประกอบการ, วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, ปีที่ 5, ฉบับที่ 1, มกราคม - มิถุนายน 2562, หน้า 314-325 ธีรารัตน์ วรพิเชฐ. 2563. การปฏิบัติเกี่ยวกับการทำงานเชิงรุกในการตลาดผู้ประกอบการ, วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, ปีที่ 15, ฉบับที่ 3, กันยายน - ธันวาคม 2563, หน้า 13-25	N N	0.8 0.8
Thirarut Worapishet. 2562. SMEs' Activities According To Dimensions of Entrepreneurial Marketing, International Conference on Management Techniques, Social Sciences, Humanities & Tourism Research (MSHTR-2019), 19 - 20 เมษายน 2562, Singpore, page 1-5	L	0.4
Thirarut Worapishet. 2561. Innovation Creating in Small Firms, The 4th International Congress on Economics, Social Sciences and Information Management, 21 July 2018, Bangkok, Thailand, Page 78-90	L	0.4
3 ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประพิมพรรณ ลิ่มสุววรณ์
สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2551

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย Prapimpun Limsuwan. 2561. An Analysis of Critical Success factors influencing on performance index for therapeutic product development, 24th EBES Conference, 10–12 January 2561, Bangkok, Thailand, Page 13-16	K	0.2
Prapimpun Limsuwan. 2562. A marketing communication tools for retail bakery chains: examining the roles of customers' motivation to intention to purchase, 2019 Clute International Academics Conference New York , 4 - 8 August 2562, Manhattan New York,USA, page 175-182	L	0.4
Prapimpun Limsuwan. 2562. Closing the health gaps of innovative products for an aging society: exploring product knowledge, product attitude, and product innovation and intention to purchase healthy diet innovation products for nursing care of the elderly in Thailand, 9th Global Conference on Business on Contemporary Issues in Management and Social Sciences Research , 19-20 July 2019, Male Maldives, page 434-441	L	0.4
Prapimpun Limsuwan. 2563. Co-Creating values and values perception of Food Delivery Services through Mobile Phone Application experience in Lazy Economy Society, International Journal of Multididciplinary and Current Education Research, Volume 2, Issues 5, September-October 2020, Page 251-257	L	0.4
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย
สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2541

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน ให้ระบุ(A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2.ผลงานวิจัย Paitoon Chetthamrongchai, Jermsittiparsert K. 2562. Understanding the Implementation of Artificial Intelligence on Phamacy Business in Thailand, Systematic Reviews in Pharmacy, Volume 10, Issues 2, November 2019, Pages 340-351	L	0.4
Paitoon Chetthamrongchai, Jermsittiparsert K, Sakapas Saengchai. 2562. The Mediating Role of Pharmacy Engagement on the Relationship of Perceived Service Quality, Customer Perception, Price Strategy with Pharmacy Customer Devotion, Systematic Reviews in Pharmacy, Volume 10, Issues 2, December 2019, Pages 120-129	L	0.4
Paitoon Chetthamrongchai, Jermsittiparsert, K., 2563. The impact of artificial intelligence outcomes on the performance of pharmacy business in Thailand, Systematic Reviews in Pharmacy, Volume 11, Issues 1, April 2020, Pages 139-148	L	0.4
3.ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4.ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริรัตน์ โกศการิกา
สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2554

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย ศิริรัตน์ โกศการิกา. 2561. ส่วนประสมของแบรนด์ผู้นำที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, วรสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), ปีที่ 4, ฉบับที่ 2, กรกฎาคม – ธันวาคม 2561, หน้า 1-11	N	0.8
ศิริรัตน์ โกศการิกา. 2563. การตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้าและความตั้งใจของลูกค้าชาวไทยในช่องทางออนไลน์, UTCC International Journal of Business and Economics, ปีที่ 2, ฉบับที่ 2, มิถุนายน – สิงหาคม 2563, หน้า 41-62	N	0.8
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ – นามสกุล อาจารย์สุชัญญา สายชนะ
สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาเอก พ.ศ. 2529

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน *ให้ระบุ (A-U)*	ค่าน้ำหนัก
1. ผงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ 1.1 ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย สุชัญญา สายชนะ และ ชลิตา ศรีนวล. 2561 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอพพลิเคชัน QueQ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม. 17(3), หน้า 156 - 162	L	0.4
สุชัญญา สายชนะ, ปาณิสรา คงแก้ว และ ณิชาภา พุฒตาล. 2562. พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์, 15(1), หน้า 1-15	L	0.4
Saichana, S. and Powpaka, S. 2563, "The Effect of the Unofficial Sponsorship of Celebrity Doing a Good Cause on Consumer Responses: An Empirical Investigation", International Journal of Innovation, Creativity and Change (ISSN: 2201-1315), July (2020), Page 924-946.	N	0.8
สุชัญญา สายชนะ. 2562. ทฤษฎี 7Cs การออกแบบเว็บไซต์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจองที่พักออนไลน์ผ่าน Agoda ในเขตกรุงเทพมหานคร, งานประชุมวิชาการระดับชาติ ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม ในเขตพัฒนาพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC) ครั้งที่ 7 วันที่ 30 พฤศจิกายน 2562, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. หน้า 825-836	L	0.4
สุชัญญา สายชนะ, ธัญลักษณ์ แสงภักดิ์ และ สุธิดา เถาวันนี. 2563. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งผ่านบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร, การประชุมวิชาการระดับชาติ ในความร่วมมือ 5 สถาบัน ประจำปี 2563 ภายใต้หัวข้อเรื่อง Business Across Crisis วันที่ 9 กรกฎาคม 2563, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. หน้า 404-413	K	0.2

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน *ให้ระบุ (A-U)*	ค่าน้ำหนัก
สุชัญญา สายชนะ และ อนันต์ อะสีอุโค. 2563. พฤติกรรมการใช้บริการจัดส่งอาหารของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร, การประชุมวิชาการระดับชาติด้านธุรกิจ สารสนเทศ และการจัดการ ครั้งที่ 3 วันที่ 16-18 กันยายน 2563, คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. หน้า 248-256	K	0.2
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม		

ประกาศคณะบริหารธุรกิจ
เรื่อง ขอยกเลิกและแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร และพัฒนาหลักสูตร
บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

****

ตามที่คณะบริหารธุรกิจ ได้ออกประกาศคณะบริหารธุรกิจ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร และพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ลงวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๓ นั้น

คณะบริหารธุรกิจ ขอยกเลิกประกาศคณะบริหารธุรกิจ เรื่อง เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร และพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ลงวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๓ เนื่องจากประกาศชุดเดิมมีข้อผิดพลาดที่จะต้องแก้ไขในส่วนที่จะต้องนำหลักสูตรปรับปรุงมาใช้กับนิสิตใหม่ในปีการศึกษา ๒๕๖๕ ซึ่งประกาศเดิมนั้นนำไปใช้กับนิสิตใหม่ในปีการศึกษา ๒๕๖๔ คณะบริหารธุรกิจ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดของคณะบริหารธุรกิจ ชุดใหม่ ประกอบด้วย

๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิมพรรณ	ลิ่มสุวรรณ์	ประธานคณะกรรมการ
๒.	รองศาสตราจารย์ ดร.จุฬาภรณ์	ขอบใจกลาง	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓.	ดร.พีรญา	เล็กกัมพร	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔.	รองศาสตราจารย์ศิริ	ภู่พงษ์วัฒนา	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๕.	คุณสมศักดิ์	กวีไตรภพ	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๖.	รองศาสตราจารย์ชื่นจิตต์	แจ้งเจนกิจ	กรรมการ
๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริรัตน์	โกศการิกา	กรรมการ
๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรายุทธ	เรืองสุวรรณ	กรรมการ
๙.	ดร.ณัฐกันย์	ชินนรานันทน์	กรรมการ
๑๐.	รองศาสตราจารย์ยุพาวรรณ	วรรณวาณิชย์	กรรมการ
๑๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย	ศรีวรรธนะ	กรรมการ
๑๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงพร	หาญสันติ	กรรมการ
๑๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรารัตน์	วรพิเชฐ	กรรมการ
๑๔.	ดร.ไพฑูรย์	เจตธำรงชัย	กรรมการ
๑๕.	ดร.ชลลดา	สัจจานิตย์	กรรมการ
๑๖.	นางสาวจีรนันท์	เกิดผาสุข	เลขานุการ
๑๗.	นางจันทรานนท์	ทรงคุณกณิฏฐ์	ผู้ช่วยเลขานุการ