

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 12 มิ.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน

ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงการรับรองหลักสูตรเท่านั้น
(ไม่ใช่เอกสารที่เป็นทางการจาก สป.อว.)



มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
KASETSART UNIVERSITY
BANGKOK, THAILAND

รหัสหลักสูตร สกอ. (14 หลัก)

25600024000877 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
(กำแพงแสน)

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 12 มิ.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565)

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน

ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงการรับรองหลักสูตรเท่านั้น
(ไม่ใช่เอกสารที่เป็นทางการจาก สป.อว.)



มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

KASETSART UNIVERSITY
BANGKOK, THAILAND

หน่วยงาน	คณะ	รหัสอ้างอิงเพื่อการติดตามหลักสูตร	รหัสหลักสูตร	ชื่อหลักสูตร	ระดับการศึกษา	วันที่รับทราบ	ประเภทการดำเนิน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	25600024000877_2115_IP	25600024000877	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง (พ.ศ.2565)	ปริญญาตรี	12/06/2565	ปรับปรุงตามกำหนดรอบปรับปรุง

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

แบบในการเสนอขอปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร
เพื่อเสนอมหาวิทยาลัย

การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ฉบับ พ.ศ. 2565
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 12 มิ.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

1. หลักสูตรฉบับดังกล่าวนี้ ได้รับทราบ/รับรองการเปิดสอนจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 และได้รับอนุมัติเปิดสอนจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 และวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2556
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 4 วิชา ดังนี้

01134326	การตลาดผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
01134357	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
01134424	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	3(3-0-6)
02749241	การจัดการสินค้าคงคลัง	3(3-0-6)
 - 5.3 ปรับปรุงรายวิชา จำนวน 1 วิชา ดังนี้

01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
----------	-------------------	----------
 - 5.4 ยกเลิกรายวิชา 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)

ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงการรับรองหลักสูตรเท่านั้น
(ไม่ใช่เอกสารที่เป็นทางการจาก สป.อว.)

01333315	การวางแผนและการควบคุมการผลิต	3(3-0-6)
01361101	การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น	3(3-0-6)
01999021	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)

5.5 เพิ่มรายวิชา 1 วิชา คือ

01140221	กฎหมายและภาษาสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
----------	---------------------------	----------

5.6 ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม กับหลักสูตรปรับปรุง

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2560		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565		สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	133 หน่วยกิต	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	124 หน่วยกิต	ปรับลดหน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	30 หน่วยกิต	1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	30 หน่วยกิต	
1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
01175xx กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)	01175xx กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)	
และให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุขอีกไม่		และให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุขอีกไม่		
น้อยกว่า 2 หน่วยกิต		น้อยกว่า 2 หน่วยกิต		
1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
ให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่ง		ให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่ง		
ผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		ผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		
1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร	13 หน่วยกิต	1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า	13 หน่วยกิต	เปลี่ยนตาม
ให้เลือกรียนหนึ่งวิชา ดังนี้				โครงสร้างใหม่
01361101 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น 1	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)	
และให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยและ		และให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทย		
พลเมืองโลกอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		และพลเมืองโลกอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		
1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	
ให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์		ให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์		
ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต		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 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทาง	3(3-0-6)			ยกเลิกรายวิชา
ธุรกิจ				
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)	เปลี่ยนแปลงตาม
				ต้นสังกัด
01134111 หลักการตลาด	3(3-0-6)	01134111 หลักการตลาด	3(3-0-6)	
		01140221 กฎหมายและภาษาสำหรับธุรกิจ	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)	

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2560			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
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	
- วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต			- วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต			
ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือ เลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชา ดังต่อไปนี้			ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือ เลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชา ดังต่อไปนี้			
- 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	การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)	01134315	การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม	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)	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)	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	ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาด	3(3-0-6)	01134424	ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาด	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	
02749241	การจัดการสินค้าคงคลัง	3(3-0-6)	02749241	การจัดการสินค้าคงคลัง	3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
- 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			
01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน	3(3-0-6)	01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน	3(3-0-6)	
01131212	การเงินบุคคล	3(3-0-6)	01131212	การเงินบุคคล	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

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2560			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์	3(3-0-6)	01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์	3(3-0-6)	
กลุ่มวิชาการจัดการ			กลุ่มวิชาการจัดการ			
01132221	พฤติกรรมองค์กร	3(3-0-6)	01132221	พฤติกรรมองค์กร	3(3-0-6)	
01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	
01132243	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)	01132263	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)	เปลี่ยนแปลงตามต้นสังกัด
01132213	การสื่อสารองค์กร	3(3-0-6)	01132213	การสื่อสารองค์กร	3(3-0-6)	
01132333	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	01132333	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)	เปลี่ยนแปลงตามต้นสังกัด
01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ	3(3-0-6)	01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ	3(3-0-6)	
01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ	3(3-0-6)	01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ	3(3-0-6)	
01132461	ความเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	01132462	ความเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	เปลี่ยนแปลงตามต้นสังกัด
01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)	01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)	
01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	
- กลุ่มวิชาการจัดการการผลิต			- กลุ่มวิชาการจัดการการปฏิบัติการและเทคโนโลยี			
01133242	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น	3(3-0-6)	01133242	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น	3(3-0-6)	
01133312	การออกแบบระบบการผลิต	3(3-0-6)	01133312	การออกแบบระบบการผลิต	3(3-0-6)	
01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิต	3(3-0-6)	01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิต	3(3-0-6)	
01133314	การจัดหาเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	01133314	การจัดหาเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	
01133315	การวางแผนและการควบคุมการผลิต	3(3-0-6)				ยกเลิกรายวิชา
01133317	การจัดการคุณภาพ	3(3-0-6)	01133317	การจัดการคุณภาพ	3(3-0-6)	
01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม	3(3-0-6)	01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม	3(3-0-6)	
01133341	การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น	3(3-0-6)	01133341	การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น	3(3 0 6)	
01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ	3(3-0-6)	01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ	3(3-0-6)	
01133427	การจัดการสายการบิน	3(3-0-6)	01133427	การจัดการสายการบิน	3(3-0-6)	
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	

6. โครงสร้างของหลักสูตรภายหลังปรับปรุงแก้ไข เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างเดิมและเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ของกระทรวงศึกษาธิการ ปรากฏดังนี้

หมวดวิชา	เกณฑ์กระทรวงศึกษาธิการ	โครงสร้างเดิม	โครงสร้างใหม่
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 72 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต
- วิชาแกน		39 หน่วยกิต	30 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะบังคับ		34 หน่วยกิต	34 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะเลือก		ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
หน่วยกิตรวม	ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

7. หลักสูตร

สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ ๒ / ๒๕๖๕
เมื่อวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕
อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ ๒ มีนาคม ๒๕๖๕

มคอ. ๒

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๕

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 12 มิ.ย. ๒๕๖๕
โดยระบบ CHECO

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา วิทยาเขตกำแพงแสน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
ภาควิชาศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อหลักสูตร
รหัสหลักสูตร 25600024000877
ชื่อหลักสูตร
ภาษาไทย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Marketing
- ชื่อปริญญาและสาขาวิชา
ชื่อเต็ม บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
ชื่อย่อ บธ.บ. (การตลาด)
ชื่อเต็ม Bachelor of Business Administration (Marketing)
ชื่อย่อ B.B.A (Marketing)
- วิชาเอก (ถ้ามี)
ไม่มี
- จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร
ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต
- รูปแบบของหลักสูตร
 - รูปแบบ หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี (ทางวิชาการ)
 - ภาษาที่ใช้ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - การรับเข้าศึกษา รับทั้งนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติที่ใช้ภาษาไทยได้ดี
 - ความร่วมมือกับสถาบันอื่น เป็นหลักสูตรเฉพาะของสถาบัน
 - การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงการรับรองหลักสูตรเท่านั้น
(ไม่ใช่เอกสารที่เป็นทางการจาก สป.อว.)

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

สถานภาพของหลักสูตร

- หลักสูตรปรับปรุง กำหนดเปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2565
- ปรับปรุงจากหลักสูตร ชื่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- เริ่มเข้ามาตั้งแต่ปีการศึกษา 2531
- ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปีการศึกษา 2560

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 12 มิ.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

การพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ได้พิจารณาถ้อยแถลงโดยคณะกรรมการวิชาการ 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 (ตามตำแหน่งที่ ก.พ. กำหนด)

- 8.1 เจ้าหน้าที่การตลาด
- 8.2 นักวิเคราะห์ตลาด
- 8.3 เจ้าหน้าที่วางแผนการตลาด
- 8.4 ที่ปรึกษาทางการตลาด
- 8.5 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
- 8.6 เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ
- 8.7 พนักงานแนะนำสินค้าและพนักงานขาย
- 8.8 เจ้าหน้าที่ค้าส่ง-ค้าปลีก
- 8.9 นักโฆษณา
- 8.10 นักประชาสัมพันธ์

9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิปริญญาตรี	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก	
					ชื่อสถาบัน	ปี พ.ศ.
1.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายดำรงศ ถาวร	วท.บ.	ฟิสิกส์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี	2541
			วท.ม.	ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2550
2.	อาจารย์	นางสาวทริกา สระทองคำ	บธ.บ.	การเงินการธนาคาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	2548
			บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2552
3.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวรุ่งทิพย์ ไทยสม	บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2539
			บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2545
			บธ.ด.	บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ	2562
4.	อาจารย์	นายวาทัญญู รัศมีทัต	บธ.บ.	การบริหารตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2531
			บธ.ม.	การบริหารตลาด	มหาวิทยาลัยสยาม	2535
			บธ.ด.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2561
5.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายศุภชัย เหมือนโพธิ์	สส.บ.	สังคมสงเคราะห์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2549
			บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2552
			ปร.ด.	พัฒนศึกษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร	2559

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 12 มิ.ย. 2565
โดยระบบ CHECO

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

เฉพาะในสถาบัน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ภายนอกหลายรูปแบบที่สะท้อนและมีผลกระทบต่อการวางแผนหลักสูตรให้สอดคล้องและสามารถสร้างสรรค์และถ่ายทอดความรู้ให้บัณฑิตนำไปใช้บริหารธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ได้ ซึ่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน ประกอบด้วย

11.1.1 สืบเนื่องจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๖๕ กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติ การจัดทำยุทธศาสตร์ชาติพ.ศ. ๒๕๖๐ โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๐ นั้น โดยมีเป้าหมายพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อุตสาหกรรมและบริการไทยต้องพร้อมรับมือและ สร้างโอกาสจากความท้าทายที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ ๔ ที่เป็นผลของการหลอม หลอม เทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีทางกายภาพเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วเป็นวงกว้างและลึกซึ้งทั้งระบบอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพื้นฐานโครงสร้างอุตสาหกรรมและบริการ และขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี แห่งอนาคต เพิ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้ตามความต้องการของตลาด สร้างระบบนิเวศ อุตสาหกรรมและบริการที่เหมาะสม และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอย่างยั่งยืน ซึ่งหลักสูตรด้านการตลาดมุ่งเน้นในการพัฒนาบัณฑิตให้มีความรู้และทักษะในการพัฒนาสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ เพื่อต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การเกิดสาขาอุตสาหกรรมและบริการใหม่ ๆ ได้แก่ (1) กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกล ที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (4) กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว และ (5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง รวมทั้งรูปแบบและกระบวนการ ประกอบธุรกิจบริการจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและหลากหลาย รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ มีวัฏจักรชีวิตสั้นลง การแข่งขันในตลาดอยู่บนฐานของการใช้นวัตกรรมทั้งในกระบวนการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมด้านตลาดและการบริหารจัดการ

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

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

11.2.1 ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 หรือที่เรียกกันว่าโควิด-19 สาขาวิชาการตลาด ได้สนองนโยบายของทางมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยการจัดการเรียนการสอน และการสอบ ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อลดสถานการณ์การแพร่ระบาดภายในหน่วยงาน และได้มีโอกาสเรียนเชิญอาจารย์พิเศษ

ผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความสามารถ มาเป็นวิทยากรบรรยายให้กับนิสิต เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ 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 ส่งผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงรายวิชาและหลักสูตรโดยเน้นความหลากหลายและเสรีในสาขาวิชาการตลาดมากขึ้น และมีความกระชับโดยผนวกรวมวิชาแกนเข้ากับวิชาเฉพาะบังคับ รวม 88 หน่วยกิต ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการศึกษาเสรีนอกห้องเรียนทางการตลาดและการประยุกต์ใช้เครื่องมือกับยุคดิจิทัล การร่วมกิจกรรมกับสถาบันเครือข่าย การปรับปรุงรายวิชา โดยพัฒนาวิชาใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม เช่น การตลาดผู้ประกอบการ กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาด

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรมนั้น ส่งผลให้ต้องมีการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย ตลอดจนการผลิตบัณฑิตที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการที่มุ่งมั่นแสวงหา และพัฒนาความรู้ให้เกิดความเจริญอกงามทางภูมิปัญญาที่เพียบพร้อมด้วยหลักวิชาการ จริยธรรมและคุณธรรม ตลอดจนเป็นผู้ชี้นำทิศทางการสืบทอดเจตนารมณ์ที่ดีของสังคม เพื่อความคงอยู่ ความเจริญและความเป็นอารยะของชาติ นอกจากนี้ยังมุ่งมั่นให้มีความเป็นเลิศทางวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ มีผลงานเป็นที่ยอมรับของสากล เป็นแกนนำในการระดมภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าแก่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต และประชาชน มีศักยภาพด้านบริหารธุรกิจระดับชาติ และนานาชาติ โดยมีมนุษยสัมพันธ์ คุณธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้นการปรับปรุงหลักสูตรจึงต้องพัฒนาความรู้ความสามารถ ตลอดจนการปลูกฝังผู้เรียนให้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคมและประเทศชาติ

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

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

รายวิชาในหมวดวิชาแกน เปิดสอนโดยคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ โครงการจัดตั้งภาควิชาเทคโนโลยีการบัญชี และโครงการจัดตั้งภาควิชาการจัดการธุรกิจ

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

01134111 หลักการตลาด

01134321 การตลาดระหว่างประเทศ

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 สามารถปรับตัวและพัฒนาขีดความสามารถของตนเองเพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ควบคู่ไปกับการเป็นผู้มีจริยธรรม คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อตนเอง ชุมชนและสังคม ตลอดจนเป็นผู้ที่นำความรู้ความสามารถออกไปปรับใช้สังคมและประเทศชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

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. ปรับปรุงหลักสูตรใหม่อย่างน้อยทุก ๆ 5 ปี ให้มีมาตรฐานตามข้อกำหนดของ สกอ. และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและสังคม	การจัดทำวิจัยสถาบัน เพื่อรองรับการพัฒนาหลักสูตรตามรอบระยะเวลา	- รายงานวิจัยสถาบัน - เอกสารการปรับปรุงการสอน
2. พัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาดอาชีพ	จัดสัมมนารับฟังความเห็นจากผู้ใช้บัณฑิต และนักวิชาการ	- รายงานการเข้าร่วม/จัดสัมมนาร่วมกับผู้ประกอบการ และคณาจารย์ - แผนพัฒนาอาจารย์

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการและโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ระบบจัดการศึกษา ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ

1 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ไม่มี

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วัน-เวลาราชการ

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน - เดือนตุลาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนพฤศจิกายน - เดือนมีนาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

ต้องเป็นผู้สำเร็จชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

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

2.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

การปรับตัวเกี่ยวกับการเรียนและการทำกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนิสิตในข้อ 2.3

ดำเนินการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาให้กับนิสิตแรกเข้า เพื่อให้ทราบปัญหาความต้องการจำเป็นของนิสิต และให้คำปรึกษาที่ถูกต้องแก่นิสิต

2.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

2.5.1 แผนการรับนิสิต ภาคปกติ

ปีที่	ปีการศึกษา				
	2565	2566	2567	2568	2569
1	80	80	80	80	80
2		80	80	80	80
3			80	80	80
4				80	80
รวม	80	160	240	320	320
จำนวนนิสิตที่คาดว่าจะจบ					80

2.5.2 แผนการรับนิสิต ภาคพิเศษ

ปีที่	ปีการศึกษา				
	2565	2566	2567	2568	2569
1	80	80	80	80	80
2		80	80	80	80
3			80	80	80
4				80	80
รวม	80	160	240	320	320
จำนวนนิสิตที่คาดว่าจะจบ					80

2.6 งบประมาณตามแผน

2.6.1 งบประมาณรายรับ ภาคปกติ (หน่วย : บาท) (จะมีเฉพาะค่าธรรมเนียมกับงบอุดหนุนจากรัฐบาล) ตาม มคอ.

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
เงินรายได้จากการจัดการศึกษา	10,315,870	10,311,084	10,592,979	10,602,579	10,602,579
รวมรายรับ	10,315,870	10,311,084	10,592,979	10,602,579	10,602,579

2.6.2 งบประมาณรายจ่าย ภาคปกติ (หน่วย : บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
งบบุคลากร	2,534,550	2,661,282	2,794,395	2,934,150	3,080,857
งบดำเนินงาน	3,488,800	3,663,300	3,846,500	4,038,905	4,240,766
งบอุดหนุน	2,730,000	2,730,000	2,730,000	2,730,000	2,730,000
งบรายจ่ายอื่น	772,000	772,000	772,000	772,000	772,000
งบกลาง	267,200	-	-	-	-
รวมรายจ่าย	9,792,550	9,826,582	10,142,895	10,475,055	10,823,623
จำนวนนิสิต	642	634	625	640	640
ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิต บัณฑิตตามหลักสูตร (หน่วย : บาท)	15,253	15,499	16,229	16,367	16,912

2.6.3 งบประมาณรายรับ ภาคพิเศษ (หน่วย : บาท)

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
เงินรายได้จากการจัดการศึกษา	10,315,870	10,311,084	10,592,979	10,602,579	10,602,579
รวมรายรับ	10,315,870	10,311,084	10,592,979	10,602,579	10,602,579

2.6.4 งบประมาณรายจ่าย ภาคพิเศษ (หน่วย : บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2565	2566	2567	2568	2569
งบบุคลากร	2,534,550	2,661,282	2,794,395	2,934,150	3,080,857
งบดำเนินงาน	3,488,800	3,663,300	3,846,500	4,038,905	4,240,766
งบอุดหนุน	2,730,000	2,730,000	2,730,000	2,730,000	2,730,000
งบรายจ่ายอื่น	772,000	772,000	772,000	772,000	772,000
งบกลาง	267,200	-	-	-	-
รวมรายจ่าย	9,792,550	9,826,582	10,142,895	10,475,055	10,823,623
จำนวนนิสิต	642	634	625	640	640
ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิต บัณฑิตตามหลักสูตร (หน่วย : บาท)	15,253	15,499	16,229	16,367	16,912

2.7 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียนและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปริญญาตรี (หมวดที่ 3 ข้อ 2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย)

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 ที่สิ้นสุด

สถานภาพนิสิตในระยะเวลาไม่เกิน 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 เป็นรายวิชาที่เทียบได้กับ รายวิชาในหลักสูตรที่รับเข้า โดยได้ระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือ 2.0 ให้บันทึกเป็น P เท่านั้น ทั้งนี้ นิสิตที่รับ โอนสามารถเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกินครึ่งหนึ่งของหน่วยกิตรวมตามหลักสูตรที่รับเข้า ส่วนนิสิตที่ รับเข้าศึกษาต่อสามารถเทียบรายวิชาและโอนหน่วยกิตได้ไม่เกินสองในสามของหน่วยกิตรวมตามหลักสูตรของ คณะที่รับเข้า

20.2.2 การเทียบรายวิชา สำหรับนิสิตต่างสถาบันให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชานั้น

20.3 การเทียบโอนในลักษณะกลุ่มวิชา

20.3.1 เนื้อหาโดยรวมของกลุ่มวิชาที่จะนำมาขอเทียบกับเนื้อหาโดยรวมของกลุ่มวิชาที่เทียบได้ ต้องมีความสอดคล้อง กันไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และจำนวนหน่วยกิตรวมของกลุ่มวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอนต้องไม่น้อยกว่าจำนวน หน่วยกิตรวมของกลุ่มวิชาที่เทียบโอนได้

20.3.2 ทุกรายวิชาในกลุ่มวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอน ต้องมีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือ 2.0 เทียบได้ระดับคะแนน P

20.3.3 กรณีที่รายวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอนเป็นรายวิชาในระบบการเรียนที่มีใช้ระบบทวิภาค ให้อยู่ในดุลยพินิจของ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติของคณบดีเจ้า สังกัดรายวิชา โดยพิจารณาเทียบจำนวนหน่วยกิตให้ได้ตามเกณฑ์ของระบบทวิภาค

20.4 การเทียบโอนจากประสบการณ์ การเทียบโอนจากการศึกษานอกระบบ และการเทียบโอนจากระบบการศึกษาตาม อัยาศัยให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดหลักสูตร โดยอาจจัดให้มีการทดสอบข้อเขียน หรือภาคปฏิบัติเพิ่มเติมได้ตามที่เห็นสมควร

20.5 นิสิตต้องดำเนินการขอเทียบรายวิชา เพื่อยกเว้นไม่ต้องเรียน โดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร และคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต และส่งหลักฐานการขออนุมัติต่อคณบดีเจ้าสังกัดนิสิตภายในภาคการศึกษาปกติแรกที่ นิสิตย้ายคณะ ย้ายหลักสูตร ย้ายสาขาวิชาเอก ได้รับคัดเลือกเข้าศึกษาหรือรับโอนมาจากสถานศึกษาอื่น กรณีที่มี ความจำเป็นไม่อาจดำเนินการให้แล้วเสร็จตามกำหนด ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอนุมัติของ คณบดีเจ้าสังกัดนิสิต

ข้อ 21 การลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันและการเรียนข้ามวิทยาเขต

- 21.1 นิสิตอาจลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันได้ในแต่ละภาคการศึกษา หากเป็นการลงทะเบียนเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประเภทไม่นับหน่วยกิต (audit) การอนุมัติให้ลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันให้เป็นอำนาจของคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต
- 21.2 นิสิตที่ประสงค์จะลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันเพื่อนับหน่วยกิตในหลักสูตร จะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งดังนี้
- 21.2.1 เป็นนิสิตที่อยู่ในโครงการของหลักสูตรที่จัดให้มีการเรียนการสอนร่วมระหว่างสถาบัน โดยได้รับความเห็นชอบจากคณบดีเจ้าสังกัดหลักสูตร
- 21.2.2 เป็นนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาปีสุดท้าย แต่รายวิชาที่จะเรียนไม่เปิดสอนในภาคการศึกษานั้นๆ
- 21.3 รายวิชาที่จะลงทะเบียนเรียนในสถาบันอื่นจะต้องได้รับการเทียบรายวิชาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัย การเทียบให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชา โดยถือเกณฑ์เนื้อหาและจำนวนหน่วยกิตเป็นหลัก
- 21.4 ผลการเรียนจากสถาบันอื่นให้บันทึกเป็น P หรือ NP และไม่นำไปคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสม ยกเว้นการลงทะเบียนเรียนข้ามวิทยาเขตและการลงทะเบียนเรียนในรายวิชาที่อยู่ในหลักสูตรที่จัดร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถาบันอื่นให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอนุมัติของคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชา โดยสามารถนำมาคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมได้
- 21.5 การผ่อนผันเงื่อนไขตามข้อ 21.4 จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต และอนุมัติโดยรองอธิการบดีที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลงานด้านวิชาการ
- 21.6 นิสิตลงทะเบียนเรียนข้ามวิทยาเขตได้โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดนิสิต ทั้งนี้ต้องลงทะเบียนและชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา ณ วิทยาเขตที่นีสิตสังกัดก่อนจึงจะชำระค่าธรรมเนียมการรับลงทะเบียนข้ามวิทยาเขตตามประกาศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 12 มิ.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)
และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุขอีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต
 - กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป 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)
และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก อีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
 - กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต
 - วิชาแกน 30 หน่วยกิต
 - 01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I 3(3-0-6)
(Microeconomics I)
 - 01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I 3(3-0-6)
(Macroeconomics I)
 - 01130171 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)
(Financial of Accounting)
 - 01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)
(Management Accounting)
 - 01131211 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business Finance)

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)
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

**รายวิชาปรับปรุง

- 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)
01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม (Sales Promotion and Event Marketing)	3(2-2-5)
01134356	การโฆษณา (Advertising)	3(3-0-6)
01134357*	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล (Branding Strategy in Digital Age)	3(3-0-6)

* รายวิชาเปิดใหม่

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*	การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด (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
02749241	การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management)	3(3-0-6)
- 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)
01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ (Business Asset Management)	3(3-0-6)
01131322	การเงินระหว่างประเทศ (International Finance)	3(3-0-6)
01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์ (Securities Analysis)	3(3-0-6)
- กลุ่มวิชาการจัดการ		
01132213	การสื่อสารองค์การ (Organization Communication)	3(3-0-6)

* รายวิชาเปิดใหม่

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	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management 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)
01132462	ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)	3(3-0-6)
01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้ (Management of Learning Organization)	3(3-0-6)
- กลุ่มวิชาการจัดการการปฏิบัติการและเทคโนโลยี		
01133242	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น (Introduction to Electronic Commerce)	3(3-0-6)
01133312	การออกแบบระบบการผลิต (Operations System Design)	3(3-0-6)
01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิต (Operations Cost Control)	3(3-0-6)
01133314	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Sourcing)	3(3-0-6)
01133317	การจัดการคุณภาพ (Quality Management)	3(3-0-6)
01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม (Hotel Management)	3(3-0-6)
01133341	การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น (Introduction to Technology Management)	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
(02)	หมายถึง	วิทยาเขตกำแพงแสน
เลขลำดับที่ 3-5 (134)	หมายถึง	สาขาวิชาการตลาด
เลขลำดับที่ 3-5 (749)	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	<u>15(- -)</u>
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	<u>15(- -)</u>
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	<u>15(- -)</u>
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	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระศาสตร์แห่ง	3(- -)
	ผู้ประกอบการ	
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	<u>18(- -)</u>

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	<u>15(- -)</u>

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	<u>15(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	<u>13(- -)</u>

แผนการศึกษาแบบเรียนวิชาสหกิจศึกษา

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

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	<u>3(- -)</u>
	รวม	<u>18(- -)</u>

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	<u>6(- -)</u>
	รวม	<u>18(- -)</u>

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	<u>3(- -)</u>
	รวม	<u>18(- -)</u>

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	<u>18(- -)</u>

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	<u>3(3-0-6)</u>
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	รวม	<u>15(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>6(- -)</u>
	รวม	<u>13(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134490	สหกิจศึกษา	<u>6</u>
	รวม	<u>6</u>

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

3.1.5.1 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาของหลักสูตร

- 01134111 หลักการตลาด 3(3-0-6)
(Principles of Marketing)
ลักษณะและกระบวนการทางการตลาด แนวความคิด บทบาท ความสำคัญ หน้าที่ และปัจจัยทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด และการวิจัยการตลาดเบื้องต้น
Nature and process of marketing. Concepts, role, functions and factors of marketing. Market segmentation. Selecting target market. Consumer behavior. Marketing mix and marketing research.
- 01134212** พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)
(Consumer Behavior)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ตัวแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เส้นทางการซื้อ การพิจารณาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ตลอดจนการนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมาประยุกต์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด
Principles and analysis of consumer behavior.Consumer Behavioral Trend in Digital Edge. Consumer Decision Process Model. Customer Journey. Considering factors for buying decision both internal and external factors. Including the results from studying consumer behavior to set up marketing strategies.
- 01134311 การจัดซื้อ 3(3-0-6)
(Purchasing)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
บทบาท และความสำคัญของการจัดการด้านการจัดซื้อ ความรับผิดชอบของผู้จัดการงานจัดซื้อ ความสัมพันธ์ของงานจัดซื้อกับงานอื่น ๆ ในองค์กร นโยบายและระเบียบการจัดซื้อ การจัดซื้อแบบรวมอำนาจและกระจายอำนาจ การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่จัดซื้อ การกำหนดขนาดของการจัดซื้อ การเลือกแหล่งขาย การทำสัญญาและปัญหาแห่งกฎหมาย การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งซื้อ ต้นทุน ราคา กำไร การลงทุนและการเสี่ยงภัย การเปรียบเทียบระหว่างการผลิตเอง การซื้อ การเช่า

** รายวิชาปรับปรุง

Role and importance of purchasing in modern business. The responsibility of purchasing officer. Relations with other departments in an organization. Purchasing's policies and rules. Centralization and decentralization of purchasing. The determination of specification, quantity and source. Contract and legal problems. Data analysis of bill order, cost, price, profit, capital and risk. Comparing the benefit between producing, purchasing and rent.

01134312 การจัดการการขาย 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 พัฒนารูปแบบแผนการตลาด ประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก 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 positioning, 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 การให้สิทธิทางการค้าและการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬา

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 ภายใต้บริบทของการการท่องเที่ยว และองค์การด้านการท่องเที่ยว 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 เทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ การวิเคราะห์และประเมินโอกาสทางการตลาด การทำวิจัยตลาดสินค้าและบริการ การสร้างสรรค์การตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาดที่ดี การออกแบบคุณค่าเพื่อสร้างกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดสำหรับการดำเนินการธุรกิจ โดยเน้นให้สามารถพัฒนาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับศักยภาพของธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่จะเกิดขึ้น รวมถึงจรรยาบรรณของนักการตลาดในการดำเนินธุรกิจเพื่อพัฒนาแผนการตลาดรองรับการเติบโตและรักษาธุรกิจให้ยั่งยืน

An overview of characteristics, concept, procedures, techniques and marketing strategies for entrepreneurs. Analysis and assessment of market opportunities. Conducting market research for products and services. Marketing creativity and market segmentation, targeting and positioning. Value creation and marketing mix strategies to competitive marketing strategies for business operations. Emphasis on development marketing strategy planning in accordance with the potential of the business and the changes in the marketing environment. Including the code of ethics of marketer in business operations to develop marketing plans supporting growth and maintain sustainable business.

* รายวิชาเปิดใหม่

01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)
(Product and Price Policy)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวความคิดต่าง ๆ ของผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีต่อผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

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

01134332 การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ 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 สภาพแวดล้อมการตลาดผลิตภัณฑ์
หรูหรา การวิเคราะห์ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หรูหรา ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา พัฒนา
กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา
General knowledge of luxury product marketing. Marketing environment of
luxury product marketing. Luxury products consumer analysis. Marketing mix
of luxury market. Develop marketing for luxury strategies products.
- 01134341 การจัดการช่องทางการตลาด 3(3-0-6)
(Marketing Channel Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
ลักษณะโครงสร้าง รูปแบบของช่องทางการตลาด บทบาทหน้าที่และการพัฒนา
ช่องทางการตลาดแต่ละรูปแบบ สถาบันการตลาด ข้อขัดแย้งและความร่วมมือกันของ
สถาบันต่าง ๆ การคัดเลือก การประเมินผล การควบคุมช่องทางการตลาด ตลอดจนปัจจัย
และสภาพแวดล้อมต่าง 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 การจัดการด้านการค้า
ปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดองค์การ การจัดงานบุคคล การจัดการสินค้า การตั้งราคา
วิธีการส่งเสริมการขายของกิจการค้าปลีก และการให้บริการต่าง ๆ ตลอดทั้งระบบการควบคุม
ด้านการเงินและแนวโน้มของการค้าปลีกในอนาคต
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 ภาพลักษณ์ตราสินค้าและพฤติกรรมกรซื้อ
- Marketing communication strategy through advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing and other communications. Creating brand awareness, brand image and buying behavior.
- 01134353 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)
(Customer Relationship Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
- กระบวนการทางการตลาดในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า การตัดสินใจ โปรแกรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและตลาด รวมทั้งผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย การตัดสินใจซื้อเพื่อให้ได้คุณค่าเพิ่มโดยใช้กลยุทธ์ได้กับได้ กลยุทธ์การรักษาลูกค้า การหาลูกค้าใหม่ และการดึงลูกค้ากลับ
- Marketing process to build long-term relationship with customers. Marketing programs decision to create good understanding and relationship between organizations and market, including customers and stakeholders. Value added buying decision through win-win strategy. Strategy for customer retention, new customer acquisition, and customer win back.
- 01134354 ศิลปะการขาย 3(3-0-6)
(Salesmanship)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
- หลักและกระบวนการเสนอขายสินค้า กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค หลักจิตวิทยาเพื่อการจูงใจซื้อ วิธีการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย การสร้างคุณลักษณะและคุณสมบัติของพนักงานขาย เพื่อเป็นพนักงานขายที่ดี เทคนิคการเจรจา การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า ความรู้เรื่องสัญญาการซื้อขาย
- Principles of selling process. Analysis of the buying decisions process. Characteristics and behaviour of consumer. Psychology in sales incentive. Principles of psychological for consumer motivation. Data collection for planning approach to target market. Training salesmen. Technique of negotiation relationship to customer and sales contracting.

01134355	<p>การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม (Sales Promotion and Event Marketing) วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111</p> <p>ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม แนวคิด หลักการ วิธีการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือและการเลือกสื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับเครื่องมือทางการตลาดอื่น การฝึกปฏิบัติ</p> <p>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.</p>	3(2-2-5)
01134356	<p>การโฆษณา (Advertising) วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111</p> <p>บทบาท ความสำคัญ วิวัฒนาการและแนวความคิดของการโฆษณา การจัดการ การโฆษณา หลักการจัดทำองค์ประกอบของงานโฆษณา การเลือกเหตุจูงใจ การเลือกสื่อโฆษณา การวางแผนรณรงค์ การจัดทำงบประมาณ การประเมินและวัดผลการโฆษณา กฎหมายและจรรยาบรรณ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา</p> <p>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.</p>	3(3-0-6)
01134357*	<p>กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล (Branding Strategy in Digital Age) วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111</p> <p>การวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ตราสินค้าเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้า การกำหนดเอกลักษณ์ตราสินค้า ตำแหน่งและสาระสำคัญของตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้าโดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การสร้างความผูกพันเชื่อมโยงกับตราสินค้าเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับตราสินค้าในระยะยาว และการประเมินคุณค่าตราสินค้าในตลาด</p> <p>Analysis and branding strategy to create brand equity through brand identity, brand positioning and brand essence. Brand communication through digital marketing and integrated brand communication. Brand Association to sustain long term brand equity. Brand equity assessment will be checked to monitor brand performance in the market.</p>	3(3-0-6)

- 01134411 การจัดการการตลาด (Marketing Management) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 แนวความคิดการจัดการทางการตลาด บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการตลาด นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์ การวางแผน การควบคุมและการจัดองค์การ แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหาและกรณีศึกษาทางการตลาด
 Concepts of marketing management. Roles and functions of marketing manager. Policy and strategy of product management, price management, channel management and promotion management. Analysis, planning, controlling and organizing. Problem and case study in marketing.
- 01134412 การพยากรณ์การขาย (Sales Forecasting) 3(3-0-6)
 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 (Marketing and Decision Making) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 ความรับผิดชอบของผู้บริหารการตลาดในการตัดสินใจ ปัญหาทางการตลาด การจำแนกและการจัดลำดับ ขอบเขตของการตัดสินใจทางการตลาด การเลือกวิธีการแก้ปัญหา และวิธีการตัดสินใจ 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 การจัดการและการจัดหน่วยงานของแผนกส่งออกและนำเข้า หน่วยงานของทางราชการและสถาบันเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า
- Principles and practices of export and import. Rules, regulation and restriction of export and import. Documentations. Buying and selling contracts. Customs procedures. Packing, handling and transporting. Export-import payments. Organizing and managing export-import departments. Government offices and private institutions relating to export-import business.
- 01134422 การตลาดบริการ 3(3-0-6)
(Service Marketing)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
- ลักษณะและขอบเขตของตลาดบริการ การจำแนกประเภท พฤติกรรมผู้ใช้บริการส่วน ประสมการตลาดของสินค้าบริการ โครงสร้างและการพัฒนาสถาบันที่ประกอบธุรกิจด้านการ ให้บริการและศึกษาธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง
- Nature and scopes of service marketing. Type of service. Service consumer behavior. Marketing mix of service. Structure and development of service institution. Study in specific service business.
- 01134423 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business to Business Marketing)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
- หลักการและทฤษฎีรวมถึงกระบวนการ ของการตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ ซึ่งหมายถึงสินค้าและ บริการทางธุรกิจและอุตสาหกรรมความแตกต่างของตลาดสินค้าผู้บริโภคกับสินค้าธุรกิจ การ วิเคราะห์พฤติกรรมของการซื้อโดยองค์กรธุรกิจ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมายและ การวางตำแหน่งสินค้าธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ของการตลาดธุรกิจการวางแผนและควบคุม ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจ การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อการ วางแผนและการดำเนินการตลาดธุรกิจ
- Principles and Theory, including process of Business to Business Marketing which determine as product and service for business or Industry. The differences between consumer goods and business goods. Analysis of organizational buying behavior market segmentation , targeting market and market positioning strategic planning of business marketing planning, implementing and controlling of marketing mix. Management of corporate social responsibility for planning and implementing business marketing.

- 01134424* การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด (Marketing Data Analytic) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์และความท้าทายในการประยุกต์เทคโนโลยีมาใช้ในการตลาด สภาพแวดล้อมการตลาดภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคด้วยปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ การนำปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมและเส้นทางการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค การวางแผนการตลาด
 Introduction to artificial intelligence and its challenges in applying such a technology in marketing. Marketing environments in the technology disruption of artificial intelligence. Marketing data analytics in consumer buying decision. Applying artificial intelligence and advanced technology in analysing consumer behavior and customer journey. Develop marketing plan.
- 01134431 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Development and Design) 3(3-0-6)
 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 กลยุทธ์ราคา (Price Strategy) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 แนวคิดด้านราคา การบริหารการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ในการตั้งราคา ความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าในการตั้งราคา บทบาทของต้นทุนต่อการตัดสินใจตั้งราคาและการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันในการทำกำไรทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์การตั้งราคา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตั้งราคา
 Price concept, effective pricing management, economic knowledge of pricing. Understanding customer behavior to pricing. Role of costs in pricing decision and analysis marketing profit competency. Developing pricing strategies. Legal aspect of pricing strategy.

* รายวิชาเปิดใหม่

- 01134442 หลักการจัดการโลจิสติกส์ (Principles of Logistics Management) 3(3-0-6)
 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 (Cooperative Education) 6
 การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการจัดทำรายงานและการนำเสนอ
 On the job training as a temporary employee according to the assigned project including report writing and presentation.
- 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด (Basic Research Methods in Marketing) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบวิจัย การตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถาม การวิเคราะห์และตีความข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การเขียนรายงานและการเสนอผลการวิจัย
 Principles and methods in marketing research, identification of research problems, formulation of research objectives and hypotheses, collection of data, construction of questionnaire, data analysis and interpretation, application of statistics for research, report writing and presentation.
- 01134492 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด (Field Experience in Marketing) 3
 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 (Seminar) การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางทางการตลาดในระดับปริญญาตรี Presentation and discussion on current interesting topics in marketing at the bachelor's degree level.	1
01134498	ปัญหาพิเศษ (Special Problems) การศึกษาค้นคว้าทางการตลาดระดับปริญญาตรี และเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน Study and research in marketing at the bachelor's degree level and compiled into written report.	3
02749241	การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory management) แนวคิดพื้นฐานของ โลจิสติกส์ คลังสินค้า และการจัดการสินค้าคงคลัง การพยากรณ์ เพื่อการจัดการสินค้าคงคลัง การจัดหาสินค้าคงคลัง การตรวจนับและการประเมินราคาสินค้า คงคลัง กลยุทธ์การจัดการสินค้าคงคลัง Basic concepts of logistics, warehouse and inventory management. Forecasting for inventory management. Inventory procurement. Inventory counting and valuation. Inventory management strategies.	3(3-0-6)
3.1.5.2 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาเอกหลักสูตร		
01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I (Microeconomics I) ความหมายลักษณะและวิธีการศึกษาเศรษฐศาสตร์ปัญหาเศรษฐกิจ การทำหน้าที่ของ ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์อุปทาน และราคาความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานการใช้อุปสงค์ และอุปทานในการปฏิบัติพฤติกรรมของผู้บริโภคและอรรถประโยชน์ธุรกิจการผลิตและต้นทุน การผลิต ต้นทุนในระยะสั้นและระยะยาว การผลิตในระยะยาว การผลิตในระยะยาวมาก ซึ่ง เกี่ยวข้องกับควมก้าวหน้าและมลพิษ การกำหนดราคาการผลิตในตลาดต่าง ๆ ทฤษฎีราคาใน เชิงปฏิบัติ 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.	3(3-0-6)

01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I

3(3-0-6)

(Macroeconomics I)

วิธีการในการวัดรายได้ประชาชาติ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรายได้ประชาชาติ การเปลี่ยนแปลงรายได้ประชาชาติ วัฏจักรธุรกิจและการเคลื่อนไหวขึ้นลงในรายได้ประชาชาติ ทฤษฎีและมาตรการของนโยบายการคลัง ระดับราคา การเงินและการธนาคาร การวิเคราะห์เงินตราและการวิเคราะห์รายได้ การค้าและการเงินระหว่างประเทศ การว่างงานและเงินเพื่อความจำเป็นเติบโต 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 ซึ่งประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน ต้นทุนการกู้ยืมที่ดิน 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 ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน สินทรัพย์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ การจัดทำรายงานทางการเงิน

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

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

หลักการและแนวปฏิบัติทางการบัญชีสำหรับรายการหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น 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 เครื่องมือต่างๆ ในการจัดการทางการเงิน วิเคราะห์ทางการเงิน เงินทุนและต้นทุนของเงินทุน การตัดสินใจลงทุนระยะยาว การจัดการเงินทุนหมุนเวียน

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

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 สิ้นเชื่อและการเรียกเก็บเงิน

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 (Securities Analysis) 3(3-0-6)
 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 (Principles of Management) 3(3-0-6)
 แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการ งานการจัดการ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อ การจัดการธุรกิจ จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ทางการจัดการของผู้จัดการ การตัดสินใจ การวางแผน การจัดองค์การ การชักนำและการควบคุม
 Concepts and evolution of management. Managerial jobs. Business environment affecting business management. Business ethics and corporate social responsibility. Managerial roles and management functions of managers. Business decision-making, planning, organizing, leading, and controlling.
- 01132213 การสื่อสารองค์การ (Organization Communication) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
 ความสำคัญของการสื่อสารในองค์การ แนวคิด หลักการ จริยธรรม ทฤษฎีต่าง ๆ และทักษะที่จำเป็นของการสื่อสารในองค์การ เพื่อให้้องค์การดำเนินอย่างมีประสิทธิภาพ 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 (Organization Behavior) 3(3-0-6)
 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 remuneration involving welfare and physical security.

01132231 **สถิติธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Business Statistics)

การนำทฤษฎีและวิธีการทางสถิติมาใช้ในทางธุรกิจ การวัดค่ากลาง และการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณช่วงความเชื่อมั่น การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ การพยากรณ์และสถิติอนุกรมเวลา

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.

01132243 **ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม** 3(3-0-6)

(Business and Social Responsibilities)

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อสังคม ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อการบริหารธุรกิจ การตอบสนองของธุรกิจต่อความต้องการของสังคม โดยจะมุ่งเน้นถึงความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อกลุ่มบุคคลต่างๆ 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 แนวคิดและการประยุกต์ใช้โปรแกรมเชิงเส้น การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง เครื่องมือสำหรับการตัดสินใจ แขนงการตัดสินใจ ความน่าจะเป็น การวิเคราะห์แถวคอย การวิเคราะห์มาร์คอฟแบบจำลองการขนส่ง การควบคุมสินค้าคงคลัง การจำลองสถานการณ์และทฤษฎีเกมส์
Roles of quantitative analysis for business problem solving, concept and application of linear programming, sensitivity analysis, decision making tools, decision tree diagram, probability, queuing, Markov analysis, transportation model, inventory control, simulations and game theory.
- 01132333 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)
(Management Information Systems)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
การจัดการข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการวางแผนและการตัดสินใจในองค์กร การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรข้อมูล การจัดระบบฐานความรู้ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กระบวนการทางธุรกิจและการออกแบบองค์กรเพื่อการแข่งขันโดยอาศัยการใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
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
เทคนิคการวิเคราะห์ และออกแบบระบบงาน การนำระบบงานไปใช้ การวิเคราะห์ระบบงานปัจจุบัน การออกแบบระบบงานคอมพิวเตอร์ การเลือกใช้คอมพิวเตอร์ให้เหมาะสมกับงาน การควบคุมและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ มีการศึกษานอกสถานที่
Techniques in analyzing and designing business system, application of the system, computer system design, selection of computer system suitable for business, control and safety for computer data. Field trip included.

01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ (Business Project Management) วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111 การประเมินโครงการทางธุรกิจ ด้านการจัดการ การผลิต การเงิน การตลาด การ บุคลากร และคุณค่าทางเศรษฐกิจของโครงการ การคำนวณค่าตอบแทนของโครงการ กฎเกณฑ์การตัดสินใจ วิธีการจัดเตรียมงานโครงการ การศึกษาความเหมาะสมของโครงการ ทางด้านเทคนิค และสภาพแวดล้อมที่จะอำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานโครงการทำได้อย่างมี ประสิทธิภาพ 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.	3(3-0-6)
01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) หลักแนวความคิด วัตถุประสงค์ และภาพรวมของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อ ธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเน้นการศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทฤษฎีการค้าระหว่าง ประเทศ 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.	3(3-0-6)
01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134211 และ 01131211 หรือ 01132314 กลยุทธ์และนโยบายทางธุรกิจ การวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ในทรรศนะของผู้จัดการ เพื่อใช้ ในการวางแผนการดำเนินงานให้บรรลุถึงเป้าหมายของธุรกิจ Business strategy, policy and problem analysis by managerial level for business operating plan implementation.	3(3-0-6)
01132461	ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111 ธรรมชาติของผู้ประกอบการ กระบวนการประกอบการในบริบทต่างๆ ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งกิจการใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การพัฒนาทักษะการเป็น ผู้ประกอบการ Nature of entrepreneurs, Entrepreneurial process in various contexts, issues surrounding new venture creation, innovative creation, entrepreneurial skill development.	3(3-0-6)

- 01132471 การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้ (Management of Learning Organization) 3(3-0-6)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
ความหมายและความสำคัญขององค์การเพื่อการเรียนรู้ กระบวนการพัฒนาองค์การเพื่อการเรียนรู้ กระบวนการแสวงหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงาน 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 (Operations Management) 3(3-0-6)
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 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น (Introduction to Electronic Commerce) 3(3-0-6)
บทบาทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อธุรกิจ แบบจำลองทางธุรกิจสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พื้นฐานทางเทคโนโลยี การใช้โครงข่ายเวิร์ลด์ไวด์เว็บเชิงธุรกิจ การทำรายงาน
Roles of electronic commerce on business, business models for electronic commerce, technology basic, World Wide Web commerce. Report of application in business.

- 01133312 การออกแบบระบบการผลิต 3(3-0-6)
 (Operations System Design)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการผลิต การออกแบบสินค้า การวางแผนกำลังการผลิตระยะยาว การตัดสินใจด้านทำเลที่ตั้ง การเลือกกระบวนการผลิต การออกแบบแผนผัง การเลือกเครื่องจักร การออกแบบระบบการขนถ่ายลำเลียง การออกแบบระบบงาน มีการศึกษานอกสถานที่
 Conceptual of operation system, designing of product, long-range capacity planning, location decision, process selection, designing layout, machine selection, designing of material handling system, designing of work system. Field trip required.
- 01133313 การควบคุมต้นทุนการผลิต 3(3-0-6)
 (Operations Cost Control)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211 และ 01130172
 การคำนวณต้นทุนการผลิต เทคนิคการควบคุมและการลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มผลิตภาพและการจัดการต้นทุนคุณภาพ
 Calculating operations cos, techniques for controlling and reducing operations cost, increasing productivity, and managing costs of quality.
- 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.

- 01133315 การวางแผนและการควบคุมการผลิต (Operation Planning and Control) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
 ลักษณะโดยทั่วไปของการวางแผนและควบคุมการผลิต เทคนิคในการพยากรณ์ การวางแผนและควบคุมการผลิตสำหรับกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง กระบวนการผลิตแบบไม่ต่อเนื่อง และกระบวนการผลิตแบบโครงการ การควบคุมการไหลของวัสดุในระบบการผลิต ประกอบด้วย ระบบคงคลัง ระบบผลัก ระบบดึง และ ทฤษฎีข้อจำกัด
 Nature of operations planning and control, forecasting techniques, operations planning and control repetitive process; intermittent process; and project process, controlling of material flow in operations system: ponding system; push system, pull system; and theory of constraints.
- 01133317 การจัดการคุณภาพ (Quality Management) 3(3-0-6)
 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 (Hotel Management) 3(3-0-6)
 หลักการจัดการการปฏิบัติการในโรงแรม หน้าที่และการดำเนินงานของแผนกหลักในโรงแรม
 Principles of hotel operations management. Duties and procedure of key departments in hotel business.
- 01133341 การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น (Introduction to Technology Management) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
 แนวคิด และความเข้าใจพื้นฐานของการจัดการเทคโนโลยี การวางแผน การจัดระบบ การจัดสรรทรัพยากร กลยุทธ์ของการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มสมรรถนะและความสามารถขององค์กร
 Concepts and introduction to technology management, plan, organization, resources allocation, and technological strategy to increases competency and capability.

- 01133415 กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (3-0-6)
(Operations Strategy)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
บทบาทของกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิเคราะห์อุตสาหกรรม การกำหนดรูปแบบกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการที่เหมาะสมสำหรับองค์กรและการพัฒนาสมรรถภาพของระบบปฏิบัติการ
Role of operations strategy for competitive advantage; industry analysis, formulation of appropriate organization and operations strategy, and 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 ความรับผิดทางภาษีอากรของบุคคล และธุรกิจตามประมวลรัษฎากร 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.

3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์
 วิทยาการศึกษาวชิรเวศน์
 ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
 เมื่อวันที่ 12 มิ.ย. 2565
 โครงการ CHECO
 ผลงานวิชาการ

ลำดับ ที่	ชื่อ - นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง
1.	นายดำรงค์ ถาวร * ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วท.บ. (ฟิสิกส์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2541 วท.ม. (ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550	งานวิจัย 1. การปรับปรุงการบริหารสินค้าคงคลังกรณีศึกษา ร้าน ดอนซาก้าวัสดุก่อสร้าง, 2562 2. ประยุกต์ระบบการบริหารแบบลิ้นเพื่อปรับปรุง กระบวนการ :กรณีศึกษา ธุรกิจการตัดแต่งเนื้อสัตว์, 2562 3. การใช้เทคนิคการสอน K-W-D-L ร่วมกับ E-learning เพื่อพัฒนาความเข้าใจในเนื้อหาวิชาวิทยาการพยากรณ์ การขาย, 2562 4. การปรับปรุงการบริหารสินค้าคงคลัง กรณีศึกษาร้าน ก.สินเจริญค้าวัสดุก่อสร้าง, 2563 5. การปรับปรุงการบริหารสินค้าคงคลัง กรณีศึกษาร้าน เฉลิมวัสดุก่อสร้าง, 2564	01134412	01134412
			01134442	01134413
			01134498	01134442
				01134498
				02749241
2.	นางสาวทริกา สระทองคำ * อาจารย์ บธ.บ. (การเงินการธนาคาร) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2548 บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552	งานวิจัย 1. ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด, 2561 2. ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด ประจำปี 2561, 2563 3. คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กร กรณีศึกษา บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด, 2563	01134314	01134314
			01134321	01134321
			01134332	01134326
			01134341	01134332
			01134342	01134341
3.	นางสาวรุ่งทิพย์ ไทยสม * ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2539 บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2545 บธ.ด. (บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระ นครเหนือ, 2562	ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความ วิชาการ 1. แรงจูงใจด้านการสื่อสารในการตัดสินใจเปิดอ่าน ข้อความที่ส่งผลต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร, 2562 2. Marketing Activity Models Affecting Behaviour of Social Media Detox Groups in the Bangkok Metropolitan, 2021	01134212	01134212
			01134351	01134323
			01134442	01134325
			01134490	01134351
			01134491	01134424

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ - นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง
4.	นายทัญญู รัชมิทัต * อาจารย์ บธ.บ. (การบริหารตลาด) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2531 บธ.ม. (การบริหารตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม, 2535 บธ.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2561	งานวิจัย 1. Influential driving factors for trust, satisfaction, word of mouth and repurchase of Store Firearms Soronthong, 2018 2. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ของคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, 2564	01134312	01134311
			01134322	01134312
			01134356	01134322
			01134411	01134333
			01134498	01134354
				01134356
				01134357
				01134423
5.	นายศุภชัย เหมือนโพธิ์ * ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สส.บ. (สังคมสงเคราะห์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549 บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552 ปร.ด. (พัฒนศึกษา) มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559	งานวิจัย 1. วิจัยและพัฒนารูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชนโดยใช้ฐานคิดการตลาดสมัยใหม่ 3.0, 2562 2. ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด ประจำปี 2561, 2563 3. รูปแบบการบริหารจัดการทางการตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มคนพิการ, 2563 4. การศึกษารูปแบบขององค์กรรัฐวิสาหกิจที่แปรสภาพการเป็นองค์การมหาชน, 2563	01134111	01134111
			01134314	01134315
			01134315	01134324
			01134331	01134331
			01134332	01134332
			01134422	01134355
			01134498	01134422
				01134431
				01134432
				01134411
				01134498

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

3.2.2 อาจารย์ผู้สอน

ไม่มี

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ(สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอนใน หลักสูตรปรับปรุง
1	นางสาวศิขริน ถวิลประวัตติ อาจารย์ บธ.บ.(การจัดการ) มหาลัยศรีปทุม, 2543 บธ.ม.(การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2546		01134353
2	นายณนทวัฒน์ สุขผล อาจารย์ บธ.บ การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2529 บธ.ม.(การเงินการธนาคาร) มหาวิทยาลัยสยาม, 2535 Ph. D. Commerce Sardar Patel University, India, 2540		01134111
3	นางสาวณัฐพร วิรุฬหารุญ อาจารย์ บธ.บ. (การตลาด) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550 M.Econ. (International Business) University of International Business and Economics (UIBE), China, 2551 ปร.ด. (พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2559		01134321

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ(สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอนใน หลักสูตรปรับปรุง
4	<p>นายศรวิชา กฤดาธิการ อาจารย์ น.บ. (นิติศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2532 บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2540 น.ม. (นิติศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2549 รอ.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า), 2550 ปร.ด. (พัฒนศึกษา) มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559</p>		01134314

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา) (ถ้ามี)

หลักสูตรกำหนดรายวิชา 01134490 สหกิจศึกษา หรือ 01134492 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด เป็นวิชาเฉพาะเลือกโดยรายวิชาสหกิจศึกษาใช้ระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา ส่วนวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด ใช้ระยะเวลา 200 ชั่วโมง

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ผู้เรียนสามารถนำความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการตลาดไปใช้ในการปฏิบัติงาน โดยเกิดการเรียนรู้การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยในการวิเคราะห์และทำงานให้องค์กร มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย สามารถปรับตัวภายใต้หลักคิดที่มีจริยธรรม การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นในองค์กร และสังคม อีกทั้งกล้าแสดงออกในการสร้างสรรค์และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

4.2 ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

1 ภาคการศึกษา

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

หลักสูตรกำหนดให้นิสิตทำโครงการในรายวิชา 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 01134497 สัมมนา และ 01134498 ปัญหาพิเศษ

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

รายวิชา 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด ให้นิสิตจัดทำแบบสอบถาม ค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อมาวิเคราะห์และตีความของข้อมูลในการจัดทำรายงานวิจัยให้มีคุณภาพ

รายวิชา 01136498 ปัญหาพิเศษ ให้นิสิตศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลทางการตลาด เพื่อนำมาเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน

รายวิชา 01134497 สัมมนา ให้นิสิตจัดทำโครงการและนำเสนอโดยการให้นิสิตจัดสัมมนาเป็นกลุ่ม โดยมีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่มีความรู้และประสบการณ์มาบรรยายให้กับผู้เข้าร่วมสัมมนาฟัง

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

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

5.3 ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

5.4 จำนวนหน่วยกิต

รวม 7 หน่วยกิต (มี 3 วิชา คือ (1) รายวิชา 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 3 หน่วยกิต (2) รายวิชา 01134497 สัมมนา 1 หน่วยกิต และ (3) รายวิชา 01134498 ปัญหาพิเศษ 3 หน่วยกิต)

5.5 การเตรียมการ

มีการบรรยายทบทวนทฤษฎีและสถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยทางการตลาด จากนั้นให้มีการจัดทำข้อเสนอโครงการในรายวิชาโดยเน้นให้รายวิชา 01134491 และ 01134498 เป็นการจัดทำรายงานรายบุคคลหรือกลุ่มตามหัวข้อที่จะนำมาเสนออาจารย์ที่รับผิดชอบรายวิชา โดยจะเน้นประเด็นที่มีความทันสมัย เป็นที่สนใจในขณะนั้น หากได้รับการอนุมัติหัวข้อ จะสามารถนำไปดำเนินการโดยมีการมอบหมายอาจารย์ที่ปรึกษาในสัดส่วนพอๆ กัน และให้ผู้เรียนติดตามงานของตนและเสนอความก้าวหน้าตามกรอบเวลาและรูปแบบเล่มตามวิทยานิพนธ์ ในส่วนของวิชา 01134497 สัมมนา จะเน้นให้นิสิตเปิดโลกทัศน์ด้วยการเข้าดูงานบริษัทชั้นนำ และมีการปฏิบัติงานจัดสัมมนาจริงแบบมีอาชีพ ประชุมการหาประเด็นหรือหัวข้อสัมมนาที่มีความสนใจในช่วงเวลานั้นด้วยวิทยากรที่มีชื่อเสียง

5.6 กระบวนการประเมินผล

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

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนิสิต

คุณลักษณะพิเศษของนิสิต	กลยุทธ์การสอน / กิจกรรม
1.1 มีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Value Added in Marketing) ให้แก่สินค้าหรือบริการ	การบรรยายในชั้นเรียน การทำกิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษา การศึกษาดูงานนอกสถานที่ การนำเสนอโครงการ
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	<ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ในช่วงปฐมนิเทศและปัจฉิมนิเทศ - ทุกรายวิชามีการสอดแทรกตัวอย่างปัญหาและแนวทางในการแก้ปัญหาด้านคุณธรรม จริยธรรม ในประเด็นทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง - การเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์ - การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม - การสอนแบบอภิปรายจากกรณีตัวอย่าง 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้นิสิตประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนและหลังการเรียน - การประเมินโดยอาจารย์ผู้สอนจากการสังเกตพฤติกรรม การแสดงออกของนิสิต - การให้ผู้ใช้อับัตติเป็นผู้ประเมินผลด้านคุณธรรม จริยธรรมของบัณฑิต

2.2 ด้านความรู้

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) มีความรู้ในหลักการและทฤษฎีในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ เช่น การตลาด การบัญชี การจัดการ การเงิน การจัดการการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน - มอบหมายหัวข้อรายงาน - กำหนดให้มีการบรรยายภาพรวมหลักสูตรและภาพรวมของความรู้ในรายวิชาก่อนเข้าสู่บทเรียน - กำหนดให้มีการสรุปย่อความรู้ใหม่หลังบทเรียน พร้อมทั้งเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิม - การทบทวน การฝึกปฏิบัติ การเรียนโดยใช้กรณีศึกษา - การเชิญอาจารย์พิเศษที่มีประสบการณ์จริงในโลกธุรกิจ - การซักถามและตอบปัญหาในชั้นเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - การสอบย่อยในชั้นเรียน - การสอบกลางภาคและการสอบไล่ปลายภาค - การประเมินผลระหว่างภาคเรียน เช่น การนำเสนอรายงาน ผลจากการเข้าร่วมโครงการแข่งขันกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนภายนอก

2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) สามารถนำความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง และเหมาะสม 2) สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ	<ul style="list-style-type: none"> - การแนะนำและฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์จากโจทย์ที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากตามระดับการเรียนรู้ - การมอบหมายงานเพื่อฝึกฝนทักษะการแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษาและโจทย์ปัญหา หรือสถานการณ์จำลอง - การเรียนการสอนในวิชาปัญหาพิเศษ ที่จะช่วยพัฒนาทักษะทางปัญญาด้วยการบูรณาการความรู้ที่เรียนมาทั้งหมดมาใช้ในการแก้ปัญหการวิจัย - กำหนดโจทย์ปัญหาและให้นิสิตได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและช่วยกันแก้ไขปัญหา 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลงานการสร้างสรรค์ กิจกรรม - การสอบข้อเขียนจากโจทย์ที่ต้องใช้ทักษะทางปัญญา - การประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา - การประเมินจากผู้ใช้อับัตติ

2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) มีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี 2) มีความรับผิดชอบ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง	<ul style="list-style-type: none"> - การมอบหมายงานกลุ่มย่อย การสลับหมุนเวียนสมาชิกกลุ่ม และตำแหน่งหน้าที่ในกลุ่ม - การแนะนำกฎ กติกา มารยาท บทบาท ความรับผิดชอบของแต่ละคนในการเรียนรู้ร่วมกันในรายวิชาต่าง ๆ - การสอดแทรกตัวอย่างผลกระทบของทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบที่มีต่อตนเองและสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> - นิสิตประเมินตนเองและเพื่อนในกลุ่ม โดยสรุปผลการประเมินจากเสียงส่วนใหญ่ - การประเมินโดยอาจารย์สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกของนิสิต - การประเมินทักษะความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและความรับผิดชอบของบัณฑิตโดยผู้ใช้บัณฑิต

2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) สามารถใช้องค์ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ในการศึกษาค้นคว้าและแก้ไขปัญหา 2) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนองานและสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคคลที่แตกต่างกัน	<ul style="list-style-type: none"> - การมอบหมายงานที่ต้องใช้ทักษะด้านการสืบค้นข้อมูล การจัดการและจัดเก็บข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น งานวิจัย การหาข้อมูลเพื่อจัดทำรายงาน เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ - การแนะนำวิธีการจัดการข้อมูล การสื่อสาร การนำเสนอที่เหมาะสม การติดตามและตรวจสอบกระบวนการทำงาน - การมอบหมายให้จัดทำรายงาน และการนำเสนอ 	<ul style="list-style-type: none"> - การประเมินจากผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และการจัดการข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ - การประเมินจากรูปแบบการนำเสนอรายงาน หรือผลการปฏิบัติงาน - การประเมินทักษะการสื่อสารด้วยภาษาจากการเขียนรายงาน - การประเมินทักษะการสื่อสารด้วยวาจาจากการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน การอภิปรายในชั้นเรียน

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทาง ปัญญา		4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ		5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	
	1	2	1	1	2	1	2	1	2
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	●	●	●	○	○	●	●	○	●

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทาง ปัญญา		4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ		5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	
	1	2	1	1	2	1	2	1	2
01134424	●	●	●	●	●	●	●	○	●
01134431	●	●	●		●	●	●		○
01134432	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01134442	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134490	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134491	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134492	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134497	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134498	●	●	●	●	●	●	●	●	●
02749241	●	○	●	●	○	●	○		○
01101181	●	●	●	○	●	○	●	●	●
01101182	●	●	●	○	●	○	●	●	●
01130112	●		●	○	●	○	●	●	●
01130171	●	●	●		●	○	●	●	●
01130172	●	●	●		●	○	●	○	○
01130211	●		●	●	●	○	●	●	●
01131211		○	●		●	○	●	●	●
01131212		●	●	●	●	○	●	●	●
01131312	○		●	●	○		○	○	●
01131315	●		●	●	○	○		○	
01131316		○	●	●	○	○			●
01131322	○		●	●			○	○	
01131441	○		●	●	○	○		○	●
01132111	○		●	●			●	○	
01132213	●		●	●	○	●	●	●	
01132221	○	●	●	●	●	●	●	●	●
01132222	●		●	●	●	●	●	●	●
01132231		●	●	●	●		●	●	
01132243	●	●	●	●		○	●	●	
01132332		○	●	○	●		○	●	●
01132333		●	●	●	●	●	●	●	
01132334	●		●	●	●	●	●	●	●
01132335	●	○	●	●	○	●	●	●	○

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทาง ปัญญา		4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ		5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	
	1	2	1	1	2	1	2	1	2
01132351	●		●	●	●	●	●	●	●
01132413	●	○	●	●	●	○	●	●	●
01132461	●	○	●	●	●	●	●	○	●
01132471	●	●	●	●	●	●	●	●	
01133211	●	●	●	○	●	○	●	○	●
01133242	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01133312	●	●	●	●	●	●	●	○	●
01133313	●	●	●	●		●		○	●
01133314	●	●	●	●	●	●	●	○	○
01133315	●	●	●	●	●	●	●	●	○
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 แต่มีการวัดผลอย่างอื่น ของวิชานั้นตลอดภาคการศึกษา 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
- คณะกรรมการตรวจสอบความเหมาะสมของวิธีการ เครื่องมือที่ใช้ประเมินผลการเรียน ที่สอดคล้องกับที่กำหนดในรายละเอียดของรายวิชา
- ทวนสอบจากการประเมินผลการเรียนการสอนของนิสิตและผู้สอน
- คัดเลือกรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา โดยคณะกรรมการดูผลการเรียน การสัมภาษณ์นิสิต

2.2 การทวนสอบระดับหลักสูตร หลังจากนิสิตสำเร็จการศึกษา

- ทวนสอบจากการสำรวจภาวะการปฏิบัติงานของบัณฑิต
- 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 หรือนิสิตที่เรียนครบตามหลักสูตร ในข้อ 28.2 และปฏิบัติตามข้อกำหนดและระเบียบ 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 อาจารย์ใหม่จะได้รับผิดชอบในรายวิชาพื้นฐานและรายวิชาที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญซึ่งจะต้องจัดทำมคอ.3 สำหรับรายวิชาที่ตนรับผิดชอบ โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ และหรือจากอาจารย์ผู้มีประสบการณ์ในรายวิชานั้นมาก่อน

1.3 อาจารย์พิเศษ ต้องมีหนังสือเชิญเพื่อเป็นอาจารย์พิเศษสำหรับการบรรยายโดยระบุ หัวข้อบรรยายที่สอดคล้องกับเนื้อหาในรายวิชา โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชานั้นเป็นผู้เสนอชื่ออาจารย์พิเศษต่อหัวหน้าภาคเพื่อเสนอคณะคณบดีอนุมัติ

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) มีการจัดให้อาจารย์ผู้สอนของโครงการฯ วิจารณ์บรรยายภาคการเรียนการสอนเพื่อร่วมกันพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในชั้นเรียน และวิธีการแก้ไขปัญหาในการเรียนการสอน ตลอดจนการร่วมกันหารือเกี่ยวกับการวัดและการประเมินผลสำหรับรายวิชาที่มีอาจารย์ผู้สอนร่วมหลายคน

- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสอนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น โปรแกรม Edufarm, Google Classroom และโปรแกรมสนับสนุนการสอนอื่น ๆ

- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมโครงการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผลที่จัดโดยคณะฯ และมหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอก

- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนในการเข้าร่วมอบรม สัมมนาวิชาการในสาขาที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศให้แก่คณาจารย์ทุกท่าน

- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนการทำวิจัย การเขียนตำราวิชาการ เอกสารประกอบการสอนเป็นภาษาต่างประเทศ

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 ดำเนินการสำรวจภาวะการมีงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิตปริญญาตรี

3. นิสิต

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

- หลักสูตรจัดให้มีกิจกรรมอาจารย์พบนิสิตที่ปรึกษาปีการศึกษาละ 2 ครั้ง (ภาคต้นและภาคปลาย)

การพัฒนาศักยภาพนิสิตและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้แก่กิจกรรมด้านพัฒนาทักษะวิชาชีพ กิจกรรมพัฒนาบุคลิกภาพ กิจกรรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมการสร้างเครือข่ายระหว่างสถาบันในต่างประเทศ การเปิดโอกาสให้นิสิตมีอิสระเสรีในการเลือกทำกิจกรรมที่เหมาะสม

4. อาจารย์

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) มีกระบวนการรับอาจารย์ใหม่และแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร ดังนี้

1. การรับอาจารย์ใหม่

มีการสรรหาคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

2. อาจารย์ใหม่ประจำหลักสูตร

การแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรมีกระบวนการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร ดังนี้

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

ระบบการบริหารอาจารย์ใหม่

หลักสูตรมีการกำหนด ภาระงาน/การทำหน้าที่อาจารย์ประจำหลักสูตร การสอนรายวิชาพื้นฐาน และรายวิชาในหลักสูตร สายงานวิจัย และแนะนำอาจารย์ที่สอนในรายวิชาต่าง ๆ หากอาจารย์ใหม่สนใจเป็นผู้สอนร่วม อาจารย์ประจำทำหน้าที่ให้คำปรึกษา

กำหนดภาระงานสอนในหลักสูตร มีการประชุมร่วมกัน โดยมีการกำหนดในการประชุมหลักสูตร ทั้งภาคต้นและภาคปลาย กำหนดหน้าที่รับผิดชอบของอาจารย์ในภาระงานบริหารหลักสูตร เช่น การคัดเลือกนิสิต เข้าเรียน การทวนสอบ การดูแลนิสิตในที่ปรึกษา นอกจากนี้ยังกำหนดผู้รับผิดชอบในแผนงานของภาควิชา เช่น การบริการวิชาการ กิจกรรมนิสิต

มีระบบส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ ให้มีความก้าวหน้าทางด้านวิชาการ

- มีการอบรมสัมมนา ศึกษาดูงาน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำความรู้มาพัฒนาต่อยอด ให้มีความทันสมัย และสามารถนำมาปรับใช้ในการเรียนการสอน

การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

- การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ
- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การสอนระหว่างอาจารย์ที่มีผลการสอนดีเด่น เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ให้แก่อาจารย์ท่านอื่น ๆ ในแต่ละภาคการศึกษา
- การมอบหมายให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการประกวดแข่งขันของนิสิตเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์อาจารย์ในโลกธุรกิจ

การเตรียมการสำหรับอาจารย์ประจำหลักสูตรใหม่

หลักสูตร มีการเตรียมการสำหรับอาจารย์ประจำหลักสูตรใหม่ดังนี้

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

2) ปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ ตามที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดขึ้น เพื่อให้ทราบถึงบทบาท หน้าที่ ภาระงาน และเส้นทางการพัฒนาตนเอง

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

4) กำหนดภาระงานที่ชัดเจนในด้านการสอนและการวิจัย โดยหัวหน้าภาคและประธานหลักสูตรให้คำแนะนำ และติดตามการทำงาน หลักสูตรกำหนดความรับผิดชอบในงานบริหารหลักสูตรให้แก่อาจารย์ใหม่ด้วย

การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสอนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมโครงการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน 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

นอกจากนี้หลักสูตรยังมีการกำกับให้มีการดำเนินการตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐาน
คุณวุฒิระดับอุดมศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้หลักสำหรับบัณฑิตที่ศึกษาในหลักสูตรได้แก่ สำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้ ของ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ซึ่งมีความพร้อมในการให้บริการตำรา เอกสารสิ่งพิมพ์ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ สื่อ
และระบบสารสนเทศต่างๆ ซึ่งนิสิตสามารถสืบค้นและศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเองได้ นอกจากนี้บัณฑิตยังสามารถใช้
บริการจากห้องสมุดพิทยาลงกรณ์ ซึ่งเป็นห้องสมุดของคณะบริหารธุรกิจและคณะเศรษฐศาสตร์ได้อีกด้วย พร้อม
ทั้งระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

เพื่อให้สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีเพียงพอและเหมาะสมกับการใช้งาน ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะประสานงาน
กับสำนักหอสมุดในการจัดหาตำรา หนังสืออ้างอิงที่เกี่ยวข้องเพื่อบริการให้แก่อาจารย์และนิสิตได้ค้นคว้าและใช้
ประกอบการเรียนการสอนโดยให้อาจารย์ผู้สอนมีส่วนในการเสนอแนะรายชื่อหนังสือ ตำรา วารสารสิ่งพิมพ์และ
สื่ออื่นๆ โดยมีการจัดสรรงบประมาณและแผนงบประมาณเพื่อจัดซื้อทรัพยากรการเรียนสอนเพิ่มเติม ทั้งนี้จะมีการ
สอบถามอาจารย์ถึงความต้องการการจัดซื้อตำรา หนังสืออ้างอิง เอกสารการสอนอื่นๆ รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์
ต่างๆ ก่อนเปิดภาคเรียนในแต่ละภาคการศึกษา

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีการศึกษา				
	2563	2564	2565	2566	2567
1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	✓	✓	✓	✓	✓
2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐาน คุณวุฒิแห่งชาติหรือมาตรฐานคุณวุฒิสาขา/ สาขาวิชา (ถ้ามี)	✓	✓	✓	✓	✓
3. มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อน การเปิดสอนในแต่ละภาค การศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	✓	✓	✓	✓	✓
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการ ของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	✓	✓	✓	✓	✓
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ.3 และ มคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปี การศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีการศึกษา				
	2563	2564	2565	2566	2567
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำคณะให้ดำเนินการ	✓	✓	✓	✓	✓
8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศ โดยเฉพาะเป้าประสงค์ของหลักสูตรหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	✓	✓	✓	✓	✓
9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่สอนหรือเทคนิคการเรียนการสอน อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	✓	✓	✓	✓	✓
10. บุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอนทุกคน ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ให้กับนิสิต (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือ วิชาชีพ ภายใต้ความรับผิดชอบของส่วนงานต้นสังกัด และมีการนำผลไปปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	✓	✓	✓	✓	✓
11. ระดับความพึงพอใจของนิสิตปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพการบริหารหลักสูตรโดยรวม เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จาก คะแนนเต็ม 5.0	✓*	✓*	✓*	✓	✓
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จาก คะแนนเต็ม 5.0	✓*	✓*	✓*	✓*	✓

* เป็นการประเมินตัวชี้วัดต่อเนื่องจากหลักสูตรเล่มก่อนหน้า

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) การทดสอบผลการเรียนรู้ของนิสิตในหลักสูตรโดยเทียบกับนิสิตของสถาบันอื่นในหลักสูตรเดียวกัน

4) การจัดอันดับเกี่ยวกับกระบวนการในการพัฒนาความรู้และทักษะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดที่นิสิต

ต้องการ

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

กระบวนการที่ใช้เพื่อจะได้ข้อมูลต่างๆย้อนกลับในการประเมินคุณภาพของหลักสูตรในภาพรวมและการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังจากกลุ่มบุคคล ดังนี้

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

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

ดำเนินการประเมินตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยคณะกรรมการประเมินอย่างน้อย 3 คน ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาซึ่งเป็นคณะกรรมการประเมินชุดเดียวกับการประกันคุณภาพภายใน

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

- 4.1 รวบรวมข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการประเมินของบุคคลทั้ง 3 กลุ่มตามข้อ 2
- 4.2 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในแง่ของข้อดี ข้อเสีย โอกาสและอุปสรรค ของการดำเนินงานหลักสูตร โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร คณะกรรมการดำเนินงานโครงการ ร่วมกับคณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง
- 4.3 เสนอแนวทางและแผนการพัฒนาปรับปรุง และบรรจุแผนการปรับปรุงหลักสูตรไว้ในยุทธศาสตร์การบริหารงานของโครงการฯ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

ชื่อหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาเขตกำแพงแสน

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
	4.2	มีความรับผิดชอบ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	5.1	สามารถใช้องค์ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ ในการค้นคว้า และแก้ไขปัญหา
	5.2	สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนองานและสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคคลที่แตกต่างกัน

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

ผลลัพธ์การเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทางปัญญา		4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ		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 มีความซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม	•	•							
2. นิสิตมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Value Added Marketing) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละวัฒนธรรม สามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้			•	•	•				
3. นิสิตมีความสามารถในการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทักษะด้านการขาย การวิจัยและการวางแผนการตลาดที่ได้รับจากการฝึกประสบการณ์ภาคสนามทั้งในและต่างประเทศ			•	•	•	•	•		
4. นิสิตมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แผนการตลาดใหม่ ๆ ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ			•	•	•	•	•		
5. นิสิตสามารถปฏิบัติงานด้วยตนเอง มีการวางแผนการทำงานและปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นอย่างดีสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การสืบค้นตลอดจนนำเสนอและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ			•	•	•	•	•	•	•

2. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี (YLO)

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

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาศิลปศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

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

1. รหัสวิชา 02749241 3(3-0-6)
 ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการสินค้าคงคลัง
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Inventory Management
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้
 () หมวดวิชาศึกษาทั่วไป
 (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
 () วิชาเฉพาะบังคับ
 (✓) วิชาเฉพาะเลือก
 () หมวดวิชาเลือกเสรี
 () วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน ไม่มี
 4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
 5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 3 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2564

6. วัตถุประสงค์ในการขอเปิดรายวิชาใหม่

6.1 ความสำคัญของการขอเปิดรายวิชา

สินค้าคงคลังมีความสำคัญในด้านต้นทุนของธุรกิจการผลิตและบริการ ดังนั้นการบริหารสินค้าคงคลังจึงมุ่งเน้นการบริหารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ต้นทุนโดยรวมต่ำที่สุด แต่ต้องมีสินค้าคงคลังเพียงพอต่อการสนับสนุนการผลิตและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความสำเร็จและการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

6.2.1 นิสิตสามารถวิเคราะห์ความสำคัญของสินค้าคงคลังได้

6.2.2 นิสิตได้รับความรู้การจัดการสินค้าคงคลัง

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

แนวคิดพื้นฐานของ โลจิสติกส์ คลังสินค้า และการจัดการสินค้าคงคลัง การพยากรณ์เพื่อการจัดการสินค้าคงคลัง การจัดหาสินค้าคงคลัง การตรวจนับและการประเมินราคาสินค้าคงคลัง กลยุทธ์การจัดการสินค้าคงคลัง

Basic concepts of logistics, warehouse and inventory management. Forecasting for inventory management. Inventory procurement. Inventory counting and valuation. Inventory management strategies.

8. อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

เค้าโครงรายวิชา การบริหารสินค้าคงคลัง
(Course outline Inventory management)

เค้าโครงรายวิชา(Course outline)	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. แนวคิดพื้นฐานของ โลจิสติกส์ และ คลังสินค้า	3
2. การจัดการคลังสินค้า	6
3. แนวคิดพื้นฐานของการจัดการสินค้าคงคลัง	6
4. การพยากรณ์เพื่อการจัดการสินค้าคงคลัง	6
5. การจัดซื้อจัดหาสินค้าคงคลัง	6
6. การตรวจนับและการประเมินราคาสินค้าคงคลัง (1)	6
7. การตรวจนับและการประเมินราคาสินค้าคงคลัง (2)	6
8. โลจิสติกส์และกลยุทธ์การจัดการสินค้าคงคลัง	6
รวมทั้งหมด	<u>45</u>

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร

อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำรงค์ ถาวร

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท พ.ศ. 2550

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพ ผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย มนัสนันท์ เชียงว่อง, ศิริวิชญ เพชรลาย, ณัฐพร ผูกพานิช และ ดำรงค์ ถาวร. 2562. การปรับปรุงการบริหารสินค้าคงคลังกรณีศึกษา ร้านดอน ซากค้าวัสดุก่อสร้าง. วารสารสหศาสตร์. 19(1) : 50-82	J	0.6
ดำรงค์ ถาวร. 2562. ประยุกต์ระบบการบริหารแบบลีนเพื่อปรับปรุง กระบวนการ :กรณีศึกษา ธุรกิจการตัดแต่งเนื้อสัตว์. ในการประชุม วิชาการระดับชาติ. ครั้งที่ 16. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต กำแพงแสน. วันที่ 3-4 ธันวาคม 2562: 765-776.	K	0.2
ดำรงค์ ถาวร. 2562. การใช้เทคนิคการสอน K-W-D-L ร่วมกับ E-learning เพื่อพัฒนาความเข้าใจในเนื้อหารายวิชาการพยากรณ์การชาย. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ. ครั้งที่ 16. มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. วันที่ 3-4 ธันวาคม 2562 : 1709-1716.	K	0.2
ดำรงค์ ถาวร, ธนทรัพย์ เดชวัฒน์มงคล, ภัทรียา กิ่งก้าน, สิริภพ สุจิตวนิช อนุสิน ตั้งเสถียรพันธุ์, อิชฎา สอนเกต และ สุรศักดิ์ พรบรรเจิดกุล. 2563. การปรับปรุงการบริหารสินค้าคงคลัง กรณีศึกษาร้าน ก. สินเจริญค้าวัสดุก่อสร้าง. วารสาร ม.ปทุมธานี. 12(1) : 94-109.	J	0.6
กรรณก โครธา ชญานนท์ กรัยวณิชย์กุล ปวริศ ฉ่ำมาก ปวเรศ ดิลกวรโชติ ยศธร แต่งทอง สุรศักดิ์ พรบรรเจิดกุล และ ดำรงค์ ถาวร. 2564. การปรับปรุงการบริหารสินค้าคงคลัง กรณีศึกษาร้าน เฉลียววัสดุ ก่อสร้าง. Proceedings 9th National and International Conference on Administration and Management. 1/2021 : 28-40.	L	0.4

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพ ผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น ไม่มี		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม ไม่มี		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ประจำหลักสูตร

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล นางสาวทริกา สระทองคำ

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท พ.ศ. 2552

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพ ผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย ศุภชัย เหมือนโพธิ์, นนทวัฒน์ สุขผล และ ทริกา สระทองคำ. 2561. ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน บริษัท ธนารักษ์ พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด. วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. 10 (2) กรกฎาคม-ธันวาคม 2561 : 95-109.	N	0.8
ศุภชัย เหมือนโพธิ์, นนทวัฒน์ สุขผล, ชูดาพร สอนภักดี, ทัดเทพ ทวีไทย, ทริกา สระทองคำ, ศรวิชา กฤดาธิการ, และพลอยนรินทร์ โรจนการ สกุล. 2563 ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด ประจำปี 2561. วารสาร การเมือง การบริหาร และกฎหมาย. คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 12(2) พฤษภาคม - สิงหาคม 2563 : 151-170.	N	0.8
ทริกา สระทองคำ, นนทวัฒน์ สุขผล และวีรยา ศิริพันธ์. 2563. คุณภาพชีวิตใน การทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท พลัส พรีอเพอร์ตี จำกัด. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 6(3) กันยายน-ธันวาคม 2563 : 60-71.	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น ไม่มี	-	-
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม ไม่มี	-	-

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร
 อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ ไทยสม

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2562

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพ ผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่า น้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย Rungtip Thaisom, Songchai Sujindakit, Sasiras Suwannarat, Jutamas Suksena and Phitchaya Boksawat. 2021. Marketing Activity Models Affecting Behaviour of Social Media Detox Groups in the Bangkok Metropolitan. Pshchology and Education. 58(1) : 3859-3863. ISSN: 00333077	M	1
กมลชนก เซาว์แก้ว, จีรนันท์ พินิจสุวรรณ, ดวงหทัย ศรีสังข์, ฉันทากร วงศ์หงส์, พินทุสร ยลโต และ รุ่งทิพย์ ไทยสม. 2562. แรงจูงใจด้านการสื่อสารในการตัดสินใจเปิดอ่านข้อความที่ส่งผลต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม. 1(2) กรกฎาคม-ธันวาคม 2562 : 47-58.	B	0.6
2. ผลงานวิจัย ไม่มี		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ประจำหลักสูตร

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ดร.วาทัญญู รัศมีทัต

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2561

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพ ผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย Vatanyoo Rasmidatta. 2018. Influential driving factors for trust, satisfaction, word of mouth and repurchase of Store Firearms Sornthong. Humanities, Social Sciences, and Arts. Silpakorn University. 11(3) (September – December) : 2042-2055.	L	0.4
รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, อาจารย์ยี่ ประจวบเหมาะ, ไกล่รุ่ง กระแสร์สินธุ์, วาทัญญู รัศมีทัต และ สุรสิทธิ์ อุดมธนวนงศ์. 2564. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ของคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น. วารสารบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น. 7(8) เดือนสิงหาคม 2564 : 237-251	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น ไม่มี		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม ไม่มี		

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร

อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย เหมือนโพธิ์

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2559

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพ ผลงาน (ให้ระบุ A-U)	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย ศุภชัย เหมือนโพธิ์. 2562. วิจัยและพัฒนาารูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชนโดย ใช้ฐานคิดการตลาดสมัยใหม่ 3.0. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย. 11 (3) กันยายน-ธันวาคม 2562 : 379-395.	J	0.6
ศุภชัย เหมือนโพธิ์. 2563. การศึกษารูปแบบขององค์กรรัฐวิสาหกิจที่แปรสภาพ การเป็นองค์กรมหาชน. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น. 6(3) กันยายน-ธันวาคม 2563: 135-148.	J	0.6
ศุภชัย เหมือนโพธิ์, นนทวัฒน์ สุขผล, ชุตาทพร สอนภักดี, ทัดเทพ ทวีไทย, ทาทริกา สระทองคำ, ศรีวิชา กฤดาธิการ, และพลอยนรินทร์ โรจนการสกุล. 2563. ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงาน บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด ประจำปี 2561. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย คณะรัฐศาสตร์และ นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. 12(2) พฤษภาคม - สิงหาคม 2563 : 151-170.	J	0.6
ศุภชัย เหมือนโพธิ์. 2563. รูปแบบการบริหารจัดการทางการตลาด ผลิตภัณฑ์กลุ่มคนพิการ. วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ 7 (1) มกราคม-มิถุนายน 2563: 153-172.	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น ไม่มี		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม ไม่มี		



ประกาศคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด



เพื่อให้การดำเนินงานด้านการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 42 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2558 และคำสั่งสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ 7/2562 ลงวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 จึงให้แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ดังนี้

- | | | |
|------------------------------------|-----------------|----------------------------|
| 1. อาจารย์ทาริกา | สระทองคำ | ประธานกรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริรัตน์ | โกศการิกา | กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก |
| 3. อาจารย์ ดร.ณัฐกัญย์ | ชินนรนนันท์ | กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก |
| 4. อาจารย์ทศพล | กมลพิชญ์ไรรักษา | กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย | เหมือนโพธิ์ | กรรมการ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ | ไทยสม | กรรมการ |
| 7. อาจารย์ ดร.วัทัญญ | รัศมีทัต | กรรมการ |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำรงค์ | ถาวร | กรรมการและเลขานุการ |

โดยให้คณะกรรมการชุดนี้มีหน้าที่ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2565 เพื่อให้แล้วเสร็จตามกำหนด

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2564

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร)
คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

รับเรื่องวันที่ 25/08/2564

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

ชื่อหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาเขตกำแพงแสน

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	สามารถนำความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไปประยุกต์ใช้ แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง เหมาะสม ในการทำงานด้านการตลาดทั้งในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ
	3.2	สามารถคิดวิเคราะห์ห้อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ
4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.1	มีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
	4.2	มีความรับผิดชอบ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	5.1	สามารถใช้องค์ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ ในการค้นคว้า และแก้ไขปัญหา
	5.2	สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนองานและสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคคลที่แตกต่างกัน

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร PLO (Program Learning Outcome)

ผลลัพธ์การเรียนรู้	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทางปัญญา		4. ทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ		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 มีความซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม	•	•							
2.นิสิตมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Value Added Marketing) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละวัฒนธรรม สามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้			•	•	•				
3.นิสิตมีความสามารถในการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทักษะด้านการขาย การวิจัยและการวางแผนการตลาดที่ได้รับจากการฝึกประสบการณ์ภาคสนามทั้งในและต่างประเทศ			•	•	•	•	•		
4.นิสิตมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แผนการตลาดใหม่ ๆ ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ			•	•	•	•	•		
5.นิสิตสามารถปฏิบัติงานด้วยตนเอง มีการวางแผนการทำงานและปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดีสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การสืบค้นตลอดจนนำเสนอและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ			•	•	•	•	•	•	•

2. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี (YLO)

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