สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ 9 / 2569
เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2569

แบบในการเสนอขอปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร
เพื่อเสนอมหาวิทยาลัย
การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

****

1. **หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ**
ได้รับทราบ/รับรองการเปิดสอนจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน พ.ศ. 2565 และได้รับอนุมัติเปิดสอนจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2565
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ได้รับทราบ/รับรองการเปิดสอนจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2565 และได้รับอนุมัติเปิดสอนจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565
2. สภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้อนุมัติการปรับปรุงแก้ไขครั้งนี้แล้ว ในการประชุม ครั้งที่ 9/2569
เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2569
3. หลักสูตรปรับปรุงแก้ไขนี้ เริ่มใช้กับนิสิตรุ่นปีการศึกษา 2570 ตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 เป็นต้นไป
4. เหตุผลในการปรับปรุงแก้ไข

4.1 การปรับปรุงหลักสูตรในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรให้มีความสอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และภาคธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งในปัจจุบันองค์กรและภาคธุรกิจมีการแข่งขันสูงและต้องการบุคลากรที่มีความรู้และทักษะด้านการบริหารธุรกิจแบบบูรณาการ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการจัดการ การตลาด และการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาองค์กรและธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เดิมหลักสูตรเปิดสอนในชื่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ และ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ซึ่งมีลักษณะการจัดการเรียนการสอนที่จำแนกตามศาสตร์เฉพาะด้านของการบริหารธุรกิจ อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า หน่วยงานและองค์กรภายนอก พบว่าภาคธุรกิจในปัจจุบันให้ความสำคัญกับบุคลากรที่มีความรู้ มีทักษะในการคิดเชิงนวัตกรรม และสามารถบูรณาการองค์ความรู้ทางธุรกิจในหลายมิติร่วมกันได้ นอกจากนี้ การปรับปรุงหลักสูตรยังเป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัย และคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการที่มุ่งส่งเสริมการควบรวมหลักสูตรที่มีศาสตร์ใกล้เคียงกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรทางการศึกษาให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นจึงได้ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรและปรับชื่อหลักสูตรใหม่เป็น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ เพื่อสะท้อนแนวคิดการบริหารธุรกิจเชิงบูรณาการ การสร้างสรรค์นวัตกรรม และการพัฒนาควบคู่กับการเรียนรู้ กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมธุรกิจ ตั้งแต่การค้นหาโอกาส การพัฒนาแนวคิดนวัตกรรมการพัฒนาต้นแบบ และต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์เชิงธุรกิจ เพื่อให้ศักยภาพผู้เรียนให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของภาคธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

4.2 เพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถของนิสิตในการพัฒนานวัตกรรมธุรกิจ โดยการประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการ เทคโนโลยี ดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์อย่างสร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบ ให้สามารถปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

4.3 เพื่อพัฒนารายวิชาให้ส่งเสริมความรู้ความสามารถทางบริหารธุรกิจ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ อย่างมีจริยธรรม ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและตลาดแรงงานในปัจจุบัน และอนาคต

4.4 เพื่อปรับปรุงและพัฒนารายวิชาให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ โดยมุ่งเพิ่มรายวิชาเลือกเฉพาะทางที่หลากหลายและทันสมัย บูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบธุรกิจอัจฉริยะในการจัดการเรียนการสอน การวิจัย และการบริหารจัดการ

5. สาระในการปรับปรุงหลักสูตร

5.1 เพื่อปรับปรุงควบรวมหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ และหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยเปลี่ยนชื่อหลักสูตรและชื่อปริญญา

จากเดิม

ชื่อหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
Bachelor of Business Administration Program in Management

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการ)
บธ.บ. (การจัดการ)
Bachelor of Business Administration (Management)
B.B.A. (Management)

และ

ชื่อหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
Bachelor of Business Administration Program in Marketing

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
บธ.บ. (การตลาด)
Bachelor of Business Administration (Marketing)
B.B.A. (Marketing)

เปลี่ยนเป็น

ชื่อหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
Bachelor of Business Administation Program in Business innovation

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต (นวัตกรรมธุรกิจ)
บธ.บ. (นวัตกรรมธุรกิจ)
Bachelor of Business Administration (Business innovation)
B.B.A. (Business innovation)

5.2 หลักสูตรปรับวิชาเอกเป็น 2 แขนงวิชา ได้แก่ แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ และแขนงวิชานวัตกรรมการตลาด

5.3 ลดจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร จากเดิม ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต เป็นไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

5.4 ลดจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จากเดิม ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต เป็นไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

5.5 เพิ่มจำนวนหน่วยกิตเฉพาะบังคับ จากเดิม 34 หน่วยกิต เป็น 40 หน่วยกิต

5.6 ลดจำนวนหน่วยกิตวิชาเฉพาะเลือก จากเดิม ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต เป็นไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

5.7 เปลี่ยนสาขา/กลุ่มวิชา เป็นแขนงวิชาในวิชาเฉพาะเลือก จำนวน 2 แขนง ดังนี้

-จากเดิม สาขาวิชาการจัดการ เป็น แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ

-จากเดิม สาขาวิชาการตลาด เป็น แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด

5.8 ยกเลิกสาขา/กลุ่มวิชาการจัดการการปฏิบัติการและเทคโนโลยี การตลาด การจัดการ ธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการโลจิสติกส์ นิติศาสตร์ และการเรียนภาษาต่างประเทศ

5.9 เปิดรายวิชาใหม่ จำนวน 71 วิชา ดังนี้

-วิชาแกน จำนวน 8 วิชา

04308101	การจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308102	หลักการตลาด	3(3-0-6)
04308111	เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
04308201	นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น	3(3-0-6)
04308202	การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)
04308203	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
04308204	ดิจิทัลทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308205	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)

-แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ จำนวน 28 วิชา

04308211	การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่	3(3-0-6)
04308212	การสื่อสารองค์การในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
04308213	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดการ	3(3-0-6)
04308221	การสรรหา คัดเลือก และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
04308222	การพัฒนาองค์การ	3(3-0-6)
04308231	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308241	เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนวัตกรรมธุรกิจ	3(3-0-6)
04308311	การวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308312	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308313	การจัดการโครงการ	3(3-0-6)
04308314	ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ	3(3-0-6)
04308315	การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308316	ความคิดสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม	3(3-0-6)
04308317	ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่	3(3-0-6)
04308321	การจัดการค่าตอบแทนและผลการปฏิบัติงาน	3(3-0-6)
04308322	การจัดการความรู้ในองค์การ	3(3-0-6)
04308323	การพัฒนาอย่างยั่งยืนกับกิจการเพื่อสังคม	3(3-0-6)
04308331	การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	3(3-0-6)

04308332	หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
04308333	การจัดการธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน	3(3-0-6)
04308341	นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ	3(3-0-6)
04308342	การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ	3(3-0-6)
04308391	ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308411	กลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต	3(3-0-6)
04308421	การจัดการคุณภาพเพื่อความเป็นเลิศในการดำเนินงาน	3(3-0-6)
04308422	ภาวะผู้นำและการพัฒนาทีมงาน	3(3-0-6)
04308423	การจัดการวิกฤตและการเปลี่ยนแปลง	3(3-0-6)
04308431	การจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)

- แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด จำนวน 31 วิชา

04308157	อัตลักษณ์ความเป็นนักวิชาชีพด้านการตลาด	3(3-0-6)
04308251	พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล	3(3-0-6)
04308253	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
04308258	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด	3(3-0-6)
04308259	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
04308282	กราฟฟิกและการออกแบบสื่อทางการตลาด	3(3-0-6)
04308352	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
04308356	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	3(3-0-6)
04308359	ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด	3(3-0-6)
04308361	การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)
04308362	กลยุทธ์ด้านราคา	3(3-0-6)
04308363	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
04308364	การจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา	3(3-0-6)
04308365	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
04308371	การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308372	การจัดซื้อจัดหา	3(3-0-6)
04308373	การจัดการการขาย	3(3-0-6)
04308374	การค้าปลีกสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308375	ศิลปะการขายสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308381	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308383	จริยธรรมทางการตลาด	3(3-0-6)
04308384	การตลาดยั่งยืน	3(3-0-6)
04308385	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)
04308386	กลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการโปรโมตและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่	3(2-2-5)
04308387	การโฆษณา	3(3-0-6)
04308454	การจัดการนวัตกรรมการตลาด	3(3-0-6)

04308455	การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
04308466	การตลาดธุรกิจบริการ	3(3-0-6)
04308476	หลักการจัดการโลจิสติกส์สมัยใหม่	3(3-0-6)
04308491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308499	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดสมัยใหม่	3

- กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา สัมมนา และปัญหาพิเศษ 4 วิชา

04308390	เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1(1-0-2)
04308490	สหกิจศึกษา	6
04308497	สัมมนา	1
04308498	ปัญหาพิเศษ	3

5.10 ยกเลิกรายวิชา จำนวน 80 วิชา

01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)
01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)
01130171	การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132111	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
01132213	การสื่อสารองค์การ	3(3-0-6)
01132214	สภาพแวดล้อมธุรกิจ	3(3-0-6)
01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
01132263	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)
01132311	การจัดการภาคสนับสนุนธุรกิจ	3(3-0-6)
01132321	การวางแผนทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
01132323	พนักงานสัมพันธ์	3(3-0-6)
01132324	ภาวะผู้นำในองค์การธุรกิจ	3(3-0-6)
01132325	การสรรหาและการคัดเลือก	3(3-0-6)
01132326	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กร	3(3-0-6)
01132327	การบริหารจัดการคุณภาพชีวิตการทำงาน	3(3-0-6)
01132331	การจำลองการจัดการธุรกิจ	3(3-0-6)
01132332	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01132333	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ	3(3-0-6)
01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01132337	การวิเคราะห์เชิงลึกทางธุรกิจ I	3(3-0-6)
01132339	การวิเคราะห์เชิงลึกทางธุรกิจ II	3(3-0-6)
01132342	การวางแผนภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)

01132361	การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01132371	การจัดการองค์ความรู้ในธุรกิจ	3(3-0-6)
01132391	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01132416	การจัดการการเปลี่ยนแปลงเชิงบูรณาการ	3(3-0-6)
01132421	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)
01132422	การจัดการค่าตอบแทน	3(3-0-6)
01132463	กิจการเพื่อสังคม	3(3-0-6)
01132464	การจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	3(3-0-6)
01132465	การบริหารนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)
01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)
01132490	สหกิจศึกษา	6
01132497	สัมมนา	1
01132498	ปัญหาพิเศษ	3
01133211	การจัดการการปฏิบัติการ	3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด	3(3-0-6)
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
01134311	การจัดซื้อ	3(3-0-6)
01134312	การจัดการการขาย	3(3-0-6)
01134315	การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
01134323	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
01134324	การตลาดกีฬา	3(3-0-6)
01134325	การตลาดการท่องเที่ยว	3(3-0-6)
01134326	การตลาดผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
01134331	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134333	การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134342	การค้าปลีก	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
01134353	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)
01134354	ศิลปะการขาย	3(3-0-6)
01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3(2-2-5)
01134356	การโฆษณา	3(3-0-6)
01134357	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)

01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134413	การตลาดและการตัดสินใจ	3(3-0-6)
01134421	การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า	3(3-0-6)
01134422	การตลาดบริการ	3(3-0-6)
01134423	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ	3(3-0-6)
01134424	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	3(3-0-6)
01134431	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
01134442	หลักการจัดการโลจิสติกส์	3(3-0-6)
01134490	สหกิจศึกษา	6
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)

5.11 เพิ่มรายวิชา จำนวน 9 วิชา ดังนี้

04302111	หลักการบัญชีขั้นต้น	3(2-2-5)
04302112	การบัญชีขั้นกลาง I	3(3-0-6)
04302171	การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
04302211	การบัญชีขั้นกลาง II	3(3-0-6)
04305211	การจัดการทางการเงิน I	3(3-0-6)
04305212	การบริหารการเงินส่วนบุคคล	3(3-0-6)
04305314	การจัดการสินเชื่อ	3(3-0-6)
04305321	การบริหารการเงินระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
04305331	สถาบันและการตลาดทางการเงิน	3(3-0-6)

5.12 ตารางเปรียบเทียบรายวิชาระหว่างหลักสูตรเดิมกับหลักสูตรปรับปรุง

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ	**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด**	**หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ**	
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต **1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป** ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต 1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต 01175xxx กิจกรรมพลศึกษา 1(0-2-1) และให้เลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข 1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ในกลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ 1.3 กลุ่มสาระภาษาและการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า 13 หน่วยกิต 01355xxx วิชาภาษาอังกฤษ 9(- -) วิชาภาษาไทย 3(- -) วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ ไม่น้อยกว่า 1(- -) 1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต 01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4) และให้เลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก 1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต ให้นิสิตเลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต **1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป** ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต 1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต 01175xxx กิจกรรมพลศึกษา 1(0-2-1) และให้เลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข 1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต ให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ 1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า 13 หน่วยกิต 01355xxx วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา 9(- -) วิชาภาษาไทย 3(- -) วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ ไม่น้อยกว่า 1(- -) 1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต 01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4) และให้เลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก 1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต ให้นิสิตเลือกเรียนอีกไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต โดยนิสิตต้องเรียนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปครบทั้ง 3 ส่วน ดังนี้ 1. รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาคุณลักษณะนิสิต มก. 8 หน่วยกิต 01999111 เกษตรศาสตร์สร้างศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4) วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา 6(- -) 2. รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน ไม่น้อยกว่า 4 หน่วยกิต -ด้านการสื่อสารและสารสนเทศ -ด้านภาวะผู้นำ -ด้านการเป็นผู้ประกอบการ 3. รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต -ด้านทักษะการคิด	-ลดหน่วยกิต -ปรับตามโครงสร้างหมวดวิชาศึกษาทั่วไป พ.ศ. 2567 (ฉบับปรับปรุง)

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565						หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ			
						-ด้านพหุวัฒนธรรม -ด้านการจัดการตนเอง -ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต -ด้านความเป็นพลเมือง			
2. หมวดวิชาเฉพาะ		ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต	**2. หมวดวิชาเฉพาะ**		ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต	**2. หมวดวิชาเฉพาะ**		ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต	
2.1 วิชาแกน		30 หน่วยกิต	2.1 วิชาแกน		30 หน่วยกิต	2.1 วิชาแกน		30 หน่วยกิต	
01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)	01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)	01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01130171	การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)	01130171	การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)	01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01132111	หลักการจัดการ	3(3-0-6)	01132111	หลักการจัดการ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01133211	การจัดการการปฏิบัติการ	3(3-0-6)	01133211	การจัดการการปฏิบัติการ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01134111	หลักการตลาด	3(3-0-6)	01134111	หลักการตลาด	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)	01140221	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
						04302171	การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	-เพิ่มรายวิชา
						04305211	การจัดการทางการเงิน I	3(3-0-6)	-เพิ่มรายวิชา
						04308101	การจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308111	เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308102	หลักการตลาด	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308201	นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308202	การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308203	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308204	ดิจิทัลทางธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308205	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565						หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ			
2.2 วิชาเฉพาะบังคับ		34 หน่วยกิต	2.2 วิชาเฉพาะบังคับ		34 หน่วยกิต	2.2 วิชาเฉพาะบังคับ		40 หน่วยกิต	-เพิ่มหน่วยกิต
01132213	การสื่อสารองค์การ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132214	สภาพแวดล้อมธุรกิจ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132332	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132333	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132342	การวางแผนภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132391	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางธุรกิจ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132497	สัมมนา	1							-ยกเลิกรายวิชา
01132498	ปัญหาพิเศษ	3							-ยกเลิกรายวิชา
			01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
			01134497	สัมมนา	1				-ยกเลิกรายวิชา
			01134498	ปัญหาพิเศษ	3				-ยกเลิกรายวิชา
						ให้นิสิตเลือกเรียนแขนงวิชาใดแขนงวิชาหนึ่งดังต่อไปนี้			-เพิ่มเงื่อนไข
						2.2.1) แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ			-เพิ่มแขนงวิชา
						04308211	การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308212	การสื่อสารองค์การในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308213	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดการ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ			
		04308311	การวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308312	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308313	การจัดการโครงการ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308314	ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308315	การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308316	ความคิดสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308317	ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308391	ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308411	กลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308497	สัมมนา	1	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308498	ปัญหาพิเศษ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		2.2.2) แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด			-เพิ่มแขนงวิชา
		04308157	อัตลักษณ์ความเป็นนักวิชาชีพด้านการตลาด	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308251	พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308253	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308352	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308361	การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308362	กลยุทธ์ด้านราคา	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308371	การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308381	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308383	จริยธรรมทางการตลาด	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308454	การจัดการนวัตกรรมการตลาด	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308455	การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308497	สัมมนา	1	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308498	ปัญหาพิเศษ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565				หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ	
2.3 วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต			2.3 วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต	2.3 วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต ให้นิสิตเลือกเรียนรายวิชาในแขนงเดียวกันกับวิชาเฉพาะบังคับ ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต และเลือกเรียนรายวิชานอกแขนงวิชาหรือในแขนงวิชา อีกไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชาต่อไปนี้	-ลดหน่วยกิต -เพิ่มเงื่อนไข
2.3.1) รายวิชาในสาขาวิชาการจัดการ				2.3.1) กลุ่มวิชาในแขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ	-เปลี่ยนสาขาเป็นแขนง
ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชา ต่อไปนี้					-ยกเลิกเงื่อนไข
01132221	พฤติกรรมองค์การ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132243	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132311	การจัดการภาคสนับสนุนธุรกิจ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132321	การวางแผนทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132323	พนักงานสัมพันธ์	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132324	ภาวะผู้นำในองค์การธุรกิจ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132325	การสรรหาและการคัดเลือก	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132326	การพัฒนาองค์การ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132327	การจัดการคุณภาพชีวิตการทำงาน	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132331	การจำลองการจัดการธุรกิจ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132337	การวิเคราะห์เชิงลึกทางธุรกิจ I	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132339	การวิเคราะห์เชิงลึกทางธุรกิจ II	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132361	การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132362	ความเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132371	การจัดการองค์ความรู้ในธุรกิจ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132416	การจัดการเปลี่ยนแปลงเชิงบูรณาการ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132417	การจัดการเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132421	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132422	การจัดการค่าตอบแทน	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132423	การจัดการผลการปฏิบัติงาน	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132432	ข้อมูลทางธุรกิจ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132433	กระบวนการทำงานอัตโนมัติทางธุรกิจ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01132452	การจัดการเชิงเปรียบเทียบ	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565						หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ			
01132453	การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132462	การจัดการธุรกิจครอบครัว	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132463	กิจการเพื่อสังคม	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132465	การจัดการนวัตกรรมเพื่อธุรกิจ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01132490	สหกิจศึกษา	6							-ยกเลิกรายวิชา
						04308221	การสรรหา คัดเลือก และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308222	การพัฒนาองค์การ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308231	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมสมัยใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308241	เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนวัตกรรมธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308321	การจัดการค่าตอบแทนและผลการปฏิบัติงาน	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308322	การจัดการความรู้ในองค์การ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308323	การพัฒนาอย่างยั่งยืนกับกิจการเพื่อสังคม	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308331	การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308332	หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308333	การจัดการธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308341	นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308342	การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308390	เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1(1-0-2)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308421	การจัดการคุณภาพเพื่อความเป็นเลิศในการดำเนินงาน	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308422	ภาวะผู้นำและการพัฒนาทีมงาน	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308423	การจัดการวิกฤษและการเปลี่ยนแปลง	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308431	การจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
						04308490	สหกิจศึกษา	6	-เปิดรายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด		หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ	
	ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือเลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้			-ยกเลิกเงื่อนไข
	2.3.1) กลุ่มวิชาการตลาด		2.3.2) กลุ่มวิชาในแขนงวิชานวัตกรรมการตลาด	-เปลี่ยนกลุ่มเป็นแขนง
	01134311 การจัดซื้อ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134312 การจัดการการขาย	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134314 จรรยาบรรณทางการตลาด	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134315 การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134323 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134324 การตลาดกีฬา	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134325 การตลาดการท่องเที่ยว	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134326 การตลาดผู้ประกอบการ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134333 การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134342 การค้าปลีก	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134353 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134354 ศิลปะการขาย	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134355 การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3(2-2-5)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134356 การโฆษณา	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134357 กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134413 การตลาดและการตัดสินใจ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134421 การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134422 การตลาดบริการ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134423 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134424 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134431 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134442 หลักการจัดการโลจิสติกส์	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
	01134490 สหกิจศึกษา	6		-ยกเลิกรายวิชา
	01134492 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3		-ยกเลิกรายวิชา
			04308258 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ			
		04308259	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308282	กราฟฟิกและการออกแบบสื่อทางการตลาด	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308356	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308359	ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308363	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308364	การจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308365	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308372	การจัดซื้อจัดหา	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308373	การจัดการการขาย	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308374	การค้าปลีกสมัยใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308375	ศิลปะการขายสมัยใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308384	การตลาดยั่งยืน	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308385	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308386	กลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการโปรโมตและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่	3(2-2-5)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308387	การโฆษณา	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308390	เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1(1-0-2)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308466	การตลาดธุรกิจบริการ	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308476	หลักการจัดการโลจิสติกส์สมัยใหม่	3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308490	สหกิจศึกษา	6	-เปิดรายวิชาใหม่
		04308499	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาดสมัยใหม่	3	-เปิดรายวิชาใหม่
2.3.2) รายวิชาสาขาวิชาการจัดการตามข้อ 2.3.1) และ/หรือรายวิชานอกสาขาวิชา ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต ดังตัวอย่างต่อไปนี้					-ยกเลิกเงื่อนไข
2.3.2.1 สาขาวิชาบัญชี	2.3.2) กลุ่มวิชาบัญชี	2.3.3) กลุ่มวิชาบัญชี			
01130112 การบัญชีขั้นกลาง I 3(3-0-6)	01130112 การบัญชีขั้นกลาง I 3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01130211 การบัญชีขั้นกลาง II 3(3-0-6)	01130211 การบัญชีขั้นกลาง II 3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
		04302111	หลักการบัญชีขั้นต้น	3(2-2-5)	-เพิ่มรายวิชา
		04302112	การบัญชีขั้นกลาง I	3(3-0-6)	-เพิ่มรายวิชา
		04302211	การบัญชีขั้นกลาง II	3(3-0-6)	-เพิ่มรายวิชา

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565						หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ			
2.3.2.2 สาขาวิชาการเงิน			2.3.3) กลุ่มวิชาการเงิน			2.3.4) กลุ่มวิชาการเงิน			
01131212	การเงินบุคคล	3(3-0-6)	01131212	การเงินบุคคล	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01131241	หลักและนโยบายการลงทุน	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน	3(3-0-6)	01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01131315	สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน	3(3-0-6)	01131315	สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ	3(3-0-6)	01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01131321	การเงินระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	01131321	การเงินระหว่างประเทศ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01131342	การวิเคราะห์ตราสารทุน	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์	3(3-0-6)	01131441	การวิเคราะห์หลักทรัพย์	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
						04305212	การบริหารการเงินส่วนบุคคล	3(3-0-6)	-เพิ่มรายวิชา
						04305314	การจัดการสินเชื่อ	3(3-0-6)	-เพิ่มรายวิชา
						04305321	การบริหารการเงินระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	-เพิ่มรายวิชา
						04305331	สถาบันและตลาดทางการเงิน	3(3-0-6)	-เพิ่มรายวิชา
2.3.2.3 สาขาวิชาการจัดการการปฏิบัติการและเทคโนโลยี			2.3.4) กลุ่มวิชาการจัดการการปฏิบัติการและเทคโนโลยี						-ยกเลิกสาขา/กลุ่มวิชา
01133242	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัล	3(3-0-6)	01133242	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มดิจิทัล	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01133312	การออกแบบ วางแผน และควบคุมการผลิต	3(3-0-6)	01133312	การออกแบบ วางแผน และควบคุมการผลิต	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิตและการจัดการทรัพยากร	3(3-0-6)	01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิตและการจัดการทรัพยากร	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01133314	การจัดหาเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	01133314	การจัดหาเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01133317	การจัดการคุณภาพ	3(3-0-6)	01133317	การจัดการคุณภาพ	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01133318	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม	3(3-0-6)	01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01133341	การจัดการเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล	3(3-0-6)	01133341	การจัดการเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการระดับโลก	3(3-0-6)	01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการระดับโลก	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา
01133418	การจัดการคลังสินค้า	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01133419	การตัดสินใจด้านการปฏิบัติการ	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01133425	การจัดการกิจการพาณิชยนาวี	3(3-0-6)							-ยกเลิกรายวิชา
01133427	การจัดการสายการบิน	3(3-0-6)	01133427	การจัดการสายการบิน	3(3-0-6)				-ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565						หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ	
2.3.2.4 สาขาวิชาการตลาด							-ยกเลิกสาขาวิชา
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134311	การจัดซื้อ	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134312	การจัดการการขาย	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134342	การค้าปลีก	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134353	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134422	การตลาดบริการ	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
01134442	หลักการจัดการลอจิสติกส์	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
			2.3.5) กลุ่มวิชาการจัดการ				-ยกเลิกกลุ่มวิชา
			01132213	การสื่อสารองค์การ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
			01132221	พฤติกรรมองค์การ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
			01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
			01132243	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
			01132333	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
			01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
			01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
			01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
			01132362	ความเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
			01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)		-ยกเลิกรายวิชา
2.3.2.5 สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ							-ยกเลิกสาขาวิชา
03762333	การสื่อสารทางธุรกิจข้ามวัฒนธรรม	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
03762363	การค้าข้ามชายแดน	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
03762364	ธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศและอุตสาหกรรมในอาเซียน	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา
03762464	อุตสาหกรรมและการค้าในเอเชีย	3(3-0-6)					-ยกเลิกรายวิชา

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2565						หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570		สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด			หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ		
2.3.2.6 สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์								-ยกเลิกสาขาวิชา
03764328	การจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีก	3(3-0-6)						-ยกเลิกรายวิชา
03764334	การจัดการโครงข่ายขนส่งระดับโลก	3(3-0-6)						-ยกเลิกรายวิชา
03764335	โลจิสติกส์ข้ามพรมแดนในอาเซียน	3(3-0-6)						-ยกเลิกรายวิชา
03764424	การเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจโลจิสติกส์	3(3-0-6)						-ยกเลิกรายวิชา
2.3.2.7 สาขาวิชานิติศาสตร์								-ยกเลิกสาขาวิชา
01453332	กฎหมายแรงงาน	3(3-0-6)						-ยกเลิกรายวิชา
01453376	กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา	3(3-0-6)						-ยกเลิกรายวิชา
2.3.3) ภาษาต่างประเทศ		ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต						-ยกเลิกเงื่อนไข
3. หมวดวิชาเลือกเสรี		ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	**3. หมวดวิชาเลือกเสรี**		ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	**3. หมวดวิชาเลือกเสรี**	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	

6. โครงสร้างของหลักสูตรภายหลังการปรับปรุงแก้ไข เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างเดิม และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ปรากฏดังนี้

หมวดวิชา	เกณฑ์กระทรวงการอุดมศึกษา ฯ พ.ศ. 2565	โครงสร้างเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ	โครงสร้างเดิม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	โครงสร้างใหม่
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 72 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต
- วิชาแกน	-	30 หน่วยกิต	30 หน่วยกิต	30 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะบังคับ	-	34 หน่วยกิต	34 หน่วยกิต	40 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะเลือก	-	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
หน่วยกิตรวม	ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 130 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

7. หลักสูตร

สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ 9 / 2569
เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2569

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570
ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ภาควิชา/วิทยาเขต/คณะ/ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

1. ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับหลักสูตร

1.1 รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร 2560 00240 00258
ชื่อหลักสูตร
ภาษาไทย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
ภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Business Innovation

1.2 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม บริหารธุรกิจบัณฑิต (นวัตกรรมธุรกิจ)
ชื่อย่อ บธ.บ. (นวัตกรรมธุรกิจ)
ชื่อเต็ม Bachelor of Business Administration (Business Innovation)
ชื่อย่อ B.B.A. (Business Innovation)

1.3 วิชาเอก

1.3.1 แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ (Management Innovation)
1.3.2 แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation)

1.4 จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

1.5 รูปแบบของหลักสูตร

1.5.1 รูปแบบ	หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี (ทางวิชาการ)
1.5.2 ภาษาที่ใช้	ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ)
1.5.3 การรับเข้าศึกษา	รับทั้งนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติ
1.5.4 ความร่วมมือกับสถาบันร่วมผลิต	เป็นหลักสูตรเฉพาะของสถาบัน
1.5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา	ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

1.6 สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

<u>สถานภาพของหลักสูตร</u>

- หลักสูตรปรับปรุง กำหนดเปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษาที่ 2570
- ปรับปรุงจากหลักสูตร ชื่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
  - เริ่มใช้มาตั้งแต่ปีการศึกษา 2560

- ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปีการศึกษา 2565

และควบรวมกับหลักสูตร ชื่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

- เริ่มใช้มาตั้งแต่ปีการศึกษา 2560
- ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปีการศึกษา 2565

<u>การพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร</u>

- ได้พิจารณากลั่นกรองโดยคณะกรรมการวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ 9/2569 เมื่อวันที่ 31 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2569
- ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ 9/2569 เมื่อวันที่ 28 เดือน กันยายน พ.ศ. 2569

1.7 ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ในปีการศึกษา 2572

1.8 อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

<u>แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ</u>

1. ผู้จัดการฝ่าย
2. เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
3. นักวิเคราะห์งานบริหาร
4. เจ้าหน้าที่วางแผนกลยุทธ์องค์กร
5. ผู้ประสานงานโครงการ
6. นักพัฒนานวัตกรรมธุรกิจ
7. เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ
8. นักจัดการการเปลี่ยนแปลงองค์กร
9. เจ้าหน้าที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ
10. ผู้จัดการโครงการนวัตกรรม
11. ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม
12. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน / วิสาหกิจเพื่อสังคม
13. เจ้าของกิจการ SME และธุรกิจสร้างสรรค์
14. เจ้าหน้าที่บริหารธุรกิจดิจิทัล
15. ผู้จัดการโครงการดิจิทัล
16. นักวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ
17. เจ้าหน้าที่พัฒนากระบวนการด้วยเทคโนโลยี
18. เจ้าหน้าที่แผนงานและโครงการ
19. เจ้าหน้าที่พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
20. นักพัฒนาชุมชน / นักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
21. เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
22. เจ้าหน้าที่โครงการในหน่วยงานรัฐและรัฐวิสาหกิจ
23. นักวิชาการด้านบริหารธุรกิจและนวัตกรรม
24. นักวิจัยด้านนวัตกรรมธุรกิจ

<u>แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด</u>

1. นักการตลาดดิจิทัล
2. นักการตลาดคอนเทนต์
3. นักการตลาดด้านการวางแผนลูกค้าสัมพันธ์
4. นักการตลาดอินฟลูเอนเซอร์
5. นักการตลาดวางแผนประสบการณ์ลูกค้า
6. นักการตลาดระหว่างประเทศ
7. นักวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด
8. นักวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
9. นักวิจัยตลาด
10. นักโฆษณา
11. นักประชาสัมพันธ์
12. นักวางแผนส่งเสริมการตลาด
13. นักจัดกิจกรรมทางการตลาด
14. ผู้เชี่ยวชาญด้าน SEO
15. ผู้เชี่ยวชาญด้านโซเชียลมีเดีย
16. ผู้เชี่ยวชาญด้านการโปรโมทแบรนด์
17. ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดอัตโนมัติ
18. ผู้เชี่ยวชาญด้าน e-commerce
19. ผู้เชี่ยวชาญด้าน AI เพื่อการตลาด
20. ที่ปรึกษาทางการตลาด
21. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
22. เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ
23. เจ้าหน้าที่แนะนำสินค้าและพนักงานขาย
24. เจ้าหน้าที่ร้านค้าปลีก-ส่ง

2. ปรัชญา วัตถุประสงค์และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

2.1 ปรัชญาของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจเป็นหลักสูตรที่บูรณาการศาสตร์ด้านการจัดการและการตลาด เพื่อพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ควบคู่กับการมีความรู้และทักษะด้านการจัดการและการตลาดสมัยใหม่ในระดับสากล สามารถคิดวิเคราะห์เชิงลึก บูรณาการองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล และข้อมูล เพื่อการวิเคราะห์วางแผน การบริหารจัดการองค์กรหรือธุรกิจในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจที่สร้างคุณค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

2.2.1 ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ทักษะด้านการจัดการ และการตลาดสมัยใหม่ สามารถบูรณาการนวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล และข้อมูล เพื่อการวิเคราะห์ วางแผน บริหารจัดการธุรกิจในบริบทที่เปลี่ยนแปลง

2.2.2 พัฒนาบัณฑิตให้มีคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และความรับผิดชอบต่อสังคม ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.2.3 เสริมสร้างความสามารถในการคิดวิเคราะห์เชิงลึก การแก้ปัญหาเชิงนวัตกรรม และการตัดสินใจบนฐานข้อมูล เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.2.4 ส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการ การพัฒนานวัตกรรมธุรกิจ การสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจ และกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

2.2.5 พัฒนาทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม ภาวะผู้นำ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและโลกธุรกิจในอนาคต

2.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

แนวคิดการออกแบบหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ เป็นหลักสูตรปรับปรุงของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต เป็นการบูรณาการระหว่างสาขาวิชาการจัดการและสาขาการตลาด ได้มีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาและทิศทางการวางแผนอัตรากำลังภายใต้นโยบายการบริหารความเสี่ยงของคณะ

2.3.1 สถานการณ์ภายนอกหรือความต้องการกำลังคนของประเทศหรือนานาชาติ

การพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570 ได้ดำเนินการวิเคราะห์บริบทภายนอก แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และความต้องการกำลังคนของประเทศ ตลอดจนแนวโน้มการพัฒนาหลักสูตรด้านบริหารธุรกิจในระดับชาติและนานาชาติ เพื่อให้การออกแบบหลักสูตรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล การพัฒนาเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561–2580 กำหนดเป้าหมายการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ การสร้างความสามารถ ในการแข่งขัน และการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับประเทศให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

ในด้านการพัฒนากำลังคน ยุทธศาสตร์ชาติได้มุ่งเน้นการผลิตและพัฒนาบุคลากรที่มีสมรรถนะสูง สามารถคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์นวัตกรรม ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และสามารถเรียนรู้ตลอดชีวิต

นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ชาติยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมผู้ประกอบการยุคใหม่ การพัฒนาธุรกิจฐานนวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มจากองค์ความรู้ เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาองค์กรและธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ จึงได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ดังกล่าว โดยมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ด้านการบริหารธุรกิจแบบบูรณาการ มีทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และเชิงกลยุทธ์ สามารถพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์

ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งมีภาวะผู้นำ คุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของกำลังคนในศตวรรษที่ 21

2) ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566–2570 กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศภายใต้แนวคิด พลิกโฉมประเทศไทยสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างเศรษฐกิจมูลค่าสูง การเพิ่มผลิตภาพของประเทศ และการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการพัฒนานวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และทุนมนุษย์

แผนดังกล่าวมุ่งส่งเสริมการพัฒนากำลังคนที่มีสมรรถนะสูง สามารถทำงานในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม โดยเฉพาะทักษะด้าน

- การคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา
- การใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัล
- การเป็นผู้ประกอบการ
- การบริหารจัดการนวัตกรรม
- การสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น
- การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลตลาดแรงงานและความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีความต้องการบุคลากรที่ไม่ได้มีเพียงความรู้ด้านการจัดการหรือการตลาดเฉพาะด้านเท่านั้น แต่ต้องสามารถบูรณาการองค์ความรู้ทางธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และนวัตกรรมเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ดังนั้น หลักสูตรจึงมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยบรรจุรายวิชาด้านนวัตกรรมธุรกิจ ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ การออกแบบโมเดลธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ และการพัฒนาองค์กรแห่งอนาคต เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมของประเทศ

3) ความสอดคล้องกับแผนอุดมศึกษา

แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่มาตรฐานสากล และการผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต โดยให้ความสำคัญกับ

1. การจัดการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์การเรียนรู้
2. การพัฒนากำลังคนสมรรถนะสูง
3. การส่งเสริมทักษะแห่งอนาคต
4. การบูรณาการศาสตร์ข้ามสาขาวิชา
5. การเรียนรู้ตลอดชีวิต
6. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการเรียนรู้และการทำงาน

นโยบายของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ยังให้ความสำคัญกับการผลิตบัณฑิตที่สามารถสร้างนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ โดยส่งเสริมการจัดการศึกษาในกลุ่มสาขาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล ธุรกิจนวัตกรรม ผู้ประกอบการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ จึงได้รับการออกแบบภายใต้แนวคิด OBE และ AUN-QA โดยกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ พร้อมเชื่อมโยงกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและความต้องการกำลังคนของประเทศอย่างเป็นระบบ

4) ความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

หลักสูตรได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับ

- เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565
- มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565
- แนวทาง Outcome-Based Education (OBE)
- เกณฑ์ AUN-QA Version 4.0
- เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

โดยมุ่งให้ผู้เรียนสามารถบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ครอบคลุมทั้งด้าน

- คุณธรรมและจริยธรรม
- ความรู้ทางวิชาชีพ
- การคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหา
- การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์
- การสื่อสารและการทำงานเป็นทีม
- ภาวะผู้นำ
- การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- การพัฒนาและบริหารนวัตกรรม
- การสร้างธุรกิจใหม่และการเป็นผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ การออกแบบหลักสูตรได้เชื่อมโยงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความต้องการกำลังคนของประเทศ และมาตรฐานการศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อให้บัณฑิตสามารถปฏิบัติงานได้จริงและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

5) การวิเคราะห์คู่แข่งและแนวโน้มหลักสูตร

การพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570 ได้ศึกษาวิเคราะห์และเปรียบเทียบหลักสูตรกับสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งพบว่าหลักสูตรด้านบริหารธุรกิจในปัจจุบันมีแนวโน้มปรับตัวไปสู่การบูรณาการองค์ความรู้ด้านธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล การเป็นผู้ประกอบการ การตลาดดิจิทัล และการใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการธุรกิจขณะเดียวกัน แนวโน้มของมหาวิทยาลัยชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศมีการพัฒนาหลักสูตรไปสู่สาขา Business Innovation, Digital Business, Business Analytics, AI for Business, Entrepreneurship และ Sustainable Business มากขึ้น โดยลดการเรียนรู้แบบแยกศาสตร์และเพิ่มการเรียนรู้แบบบูรณาการ การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง และการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจยุคดิจิทัล

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการและสาขาวิชาการตลาดย้อนหลัง 3 ปี พบว่าอัตราการมีงานทำอยู่ในระดับสูงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนว่าตลาดแรงงานยังมีความต้องการกำลังคนด้านบริหารธุรกิจ แต่มีความต้องการสมรรถนะที่หลากหลายมากขึ้น

โดยเฉพาะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการนวัตกรรม การตลาดดิจิทัล การบริหารโครงการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ดังกล่าว หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ จึงได้รับการออกแบบให้มีความแตกต่างจากหลักสูตรบริหารธุรกิจทั่วไป โดยบูรณาการองค์ความรู้ด้านการจัดการ การตลาด นวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์เข้าด้วยกัน พร้อมพัฒนาทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ การสร้างนวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ และการแก้ปัญหาทางธุรกิจในสถานการณ์จริง เพื่อผลิตบัณฑิตที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงานยุคใหม่ และสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมของประเทศในอนาคต

2.3.2 การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และวิธีการได้มาซึ่งความต้องการและความคาดหวัง

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ ได้กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการ ตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ สำรวจความต้องการ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย โดยแบ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอก ผู้มีส่วนได้เสียภายในประกอบด้วย นิสิต อาจารย์ วิสัยทัศน์และนโยบายของหน่วยงานมหาวิทยาลัย ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกประกอบด้วย บัณฑิตหรือศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต เพื่อรวบรวมความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อนำมากำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร สำหรับข้อมูลความต้องการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย หลักสูตรใช้วิธีการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามและการวิเคราะห์เนื้อหา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมและเพียงพอ ดังนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	วิธีการได้ข้อมูล
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน	
นิสิต	แบบสอบถาม
อาจารย์ประจำหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอน	แบบสอบถาม
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก	
ผู้ใช้บัณฑิต	แบบสอบถาม
บัณฑิต/ศิษย์เก่า	แบบสอบถาม
หน่วยงานสนับสนุน	แบบสอบถาม

การรวบรวมความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้อง ช่วยเป็นแนวทางการพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของลักษณะการทำงานในปัจจุบัน โดยเน้นการเสริมสร้างทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ภาษาอังกฤษ การสื่อสาร การคิดวิเคราะห์ การเรียนรู้ตลอดชีวิต และจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับถือเป็นแนวทางสำคัญในการวางแผนและพัฒนาหลักสูตรอย่างเป็นระบบและมีทิศทางชัดเจน อีกทั้งยังสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันเป็นรากฐานในการยกระดับคุณภาพการศึกษาและผลิตบัณฑิตที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและวิชาชีพในอนาคต

2.3.3 การวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการผลิตบัณฑิต

ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ

กลุ่ม SHs	ความต้องการที่สำคัญ	PLOs	การตอบสนอง
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน			
อาจารย์ประจำและอาจารย์ผู้สอน	- สามารถใช้เทคโนโลยี โปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ โดยเฉพาะโปรแกรม Excel - เพิ่มรายวิชาที่อยู่ในความต้องการของตลาดแรงงาน - เพิ่มทักษะทางภาษาอังกฤษ	PLO 1, 2, 3, 4,5,6	- เพิ่มรายวิชาในกลุ่มเฉพาะบังคับ - กิจกรรมเสริมหลักสูตร
นิสิตปัจจุบัน	- ลดหรือรวมจำนวนหน่วยกิตวิชา ปรับรายวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับหลักสูตรใหม่ เช่น วิชาบัญชี และวิชาเศรษฐศาสตร์ เป็นต้น - ปรับปรุงรายวิชาเฉพาะเลือกในหลักสูตรให้หลากหลายสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมและเทคโนโลยี	PLO 1, 2, 3, 4,5,6	- รวมรายวิชาบังคับ ได้แก่ วิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาคและวิชาเศรษฐศาสตร์มหภาค เป็น วิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ วิชาการบัญชีการเงินและวิชาการบัญชีเพื่อการจัดการ เป็นวิชาการบัญชีสำหรับการ ตัดสินใจของผู้ประกอบการ - เพิ่มรายวิชาใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น ดิจิทัลทางธุรกิจ เป็นต้น - พิจารณาปรับปรุงเนื้อหาในรายวิชาให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เช่น การจัดการสมัยใหม่ การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน เป็นต้น
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก			
ผู้ใช้บัณฑิต	- การใช้ภาษาต่างประเทศ และการสื่อสารในองค์กร - วิชาที่เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ - ให้ความสำคัญกับบุคคลากรที่มีความรู้ มีทักษะเชิงนวัตกรรม และบูรณาการองค์ความรู้ได้หลายมิติร่วมกันได้ -พนักงานมีความยืนหยุ่นปรับตัวตามโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ง่ายกว่าหลักสูตรเฉพาะทางแบบเดิม	PLO 1, 2, 3, 4	- มีการปรับปรุงเนื้อหาในรายวิชาให้มีความทันสมัย - เพิ่มรายวิชาในกลุ่มเฉพาะบังคับ เช่น การสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด เป็นต้น - กิจกรรมเสริมหลักสูตรทางธุรกิจ

กลุ่ม SHs	ความต้องการที่สำคัญ	PLOs	การตอบสนอง
บัณฑิต/ศิษย์เก่า	- หลักสูตรควรเพิ่มรายวิชาภาษาต่างประเทศ เช่นภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด - มีวิชาเฉพาะเลือกให้เลือกและสามารถเปิดสอนได้จริง - ควรเพิ่มทักษะการสื่อสารและการทำงานเป็นทีมให้มากขึ้น - เพิ่มรายวิชาที่ให้ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพในอนาคต เช่น นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด - เพิ่มความรู้เกี่ยวกับ AI ในการทำงานด้านธุรกิจและการตลาด - ต้องการทักษะของการบูรณาการธุรกิจที่หลากหลาย	PLO 1, 2, 3, 4	- มีการปรับปรุงเนื้อหาในรายวิชาให้มีความทันสมัย - เพิ่มรายวิชาในกลุ่มเฉพาะบังคับเกี่ยวกับการใช้ AI เช่น ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ การตลาดดิจิทัล - เพิ่มรายวิชาเพื่อการพัฒนาทักษะและการเรียนรู้ตลอดชีวิต/รายวิชาในกลุ่มเฉพาะเลือก เช่น การพัฒนาอย่างยั่งยืนกับกิจการเพื่อสังคมการตลาดอย่างยั่งยืน - กิจกรรมเสริมหลักสูตรทางธุรกิจ
หน่วยงานสนับสนุน	- ผู้เรียนมีทักษะความรู้ในวิชานวัตกรรมธุรกิจจบมามีงานทำ - บูรณาการการเรียนการสอนด้านนวัตกรรมธุรกิจกับด้านอื่น ๆ และเพิ่มทักษะด้าน soft skills ให้มากขึ้น - ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน - เน้นการปฏิบัติจริง สามารถจบมาทำงานได้ - ต้องการบุคลากรในองค์กรที่มีความรู้ความสามารถที่หลากหลาย	PLO 3, 4, 6	- เพิ่มรายวิชาในกลุ่มเฉพาะบังคับ/เฉพาะเลือก เช่น ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ การตลาดดิจิทัล นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ และกราฟฟิกและการออกแบบสื่อทางการตลาด - สหกิจศึกษาและการฝึกงาน - จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร

2.3.4 การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570 เป็นหลักสูตรปรับปรุงแบบควบรวมจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ และหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร ดังนี้

1) ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาหรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)

2) ตารางการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรรูปแบบรูบริก

2.1) แผนปกติ

ลำดับ	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรฉบับย่อ shorten PLOs	1. พื้นฐาน(Basic)	2. ปานกลาง (Intermediate)	3. ขั้นสูง(Advanced)	4. เชี่ยวชาญ(Expert)	ระดับที่คาดหวัง (Expected Level)
1.	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	Business Environment Analysis	อธิบายแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจได้ แต่ยังเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้จำกัด	เชื่อมโยงแนวคิดกับปัจจัยทางธุรกิจบางด้านได้ และเริ่มอธิบายผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจได้	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยบูรณาการแนวคิดนวัตกรรมการบริหารธุรกิจและหลักฐานที่เกี่ยวข้องได้อย่างเป็นระบบ	สังเคราะห์แนวโน้ม ความเสี่ยง และโอกาสทางธุรกิจเพื่อเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ใหม่ได้อย่างมีเหตุผล	2
2.	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	Data-Driven Decision Making	ระบุแหล่งข้อมูลและสรุปข้อมูลพื้นฐานได้ แต่ยังประเมินความน่าเชื่อถือหรือเชื่อมโยงกับปัญหาธุรกิจได้จำกัด	เลือกใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เหมาะสม และอธิบายความสัมพันธ์กับปัญหาธุรกิจได้บางส่วน	วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เปรียบเทียบทางเลือก และสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีเหตุผล	ประเมินข้อมูลหลายแหล่ง ตรวจสอบข้อจำกัด สร้างข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ และสื่อสารผลวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจได้อย่างชัดเจน	3
3.	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	Innovation Project Management	จัดทำแผนโครงงานเบื้องต้นได้ แต่เป้าหมาย ทรัพยากร เวลา หรือผลลัพธ์ยังไม่ชัดเจน	วางแผนโครงงานที่มีเป้าหมาย กิจกรรม และทรัพยากรหลักได้ แต่ยังต้องได้รับคำแนะนำในการควบคุมคุณภาพและความเสี่ยง	วางแผนพัฒนาโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้ครบถ้วน ครอบคลุมเป้าหมาย ผู้เกี่ยวข้อง ทรัพยากร เวลา ตัวชี้วัด และความเสี่ยง	นำแผนโครงงานไปพัฒนาเป็นแนวทางนวัตกรรมที่ปรับใช้ได้จริง ประเมินผล ปรับปรุง และเชื่อมโยงกับคุณค่าทางธุรกิจได้	3
4.	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถ	Collaborative Digital Leadership	มีส่วนร่วมในงานกลุ่มและใช้เครื่องมือดิจิทัลพื้นฐานได้ แต่ยังสื่อสาร บทบาทผู้นำ หรือการใช้	ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ สื่อสารงานที่รับผิดชอบชัดเจน และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์เพื่อ	ประสานงานในทีมที่หลากหลาย แสดงภาวะผู้นำ สื่อสารเชิงวิชาชีพ และประยุกต์ใช้ดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์เพื่อ	ทำงานร่วมกับผู้อื่น มีทักษะการทำงานเป็นทีม ใช้ข้อมูล เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์อย่างรับผิดชอบเพื่อขับเคลื่อน	4

ลำดับ	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรฉบับย่อ shorten PLOs	1. พื้นฐาน(Basic)	2. ปานกลาง (Intermediate)	3. ขั้นสูง(Advanced)	4. เชี่ยวชาญ(Expert)	ระดับที่คาดหวัง (Expected Level)
	ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้		ปัญญาประดิษฐ์ได้จำกัด	สนับสนุนงานได้บางส่วน	พัฒนานวัตกรรมธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	นวัตกรรม และสื่อสารผลลัพธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีอิทธิพล	
5.	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	Ethical and Sustainable Practice	ปฏิบัติตามกฎและคำสั่งพื้นฐานได้ แต่ยังอธิบายประเด็นจริยธรรม สังคม หรือสิ่งแวดล้อมได้จำกัด	ระบุประเด็นจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อมในสถานการณ์ธุรกิจได้และปฏิบัติงานตามแนวทางที่กำหนด	ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจริยธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างสม่ำเสมอ	เป็นแบบอย่างด้านความรับผิดชอบทางธุรกิจ เสนอแนวทางลดผลกระทบทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเชื่อมโยงกับเป้าหมายความยั่งยืนขององค์กรได้	3

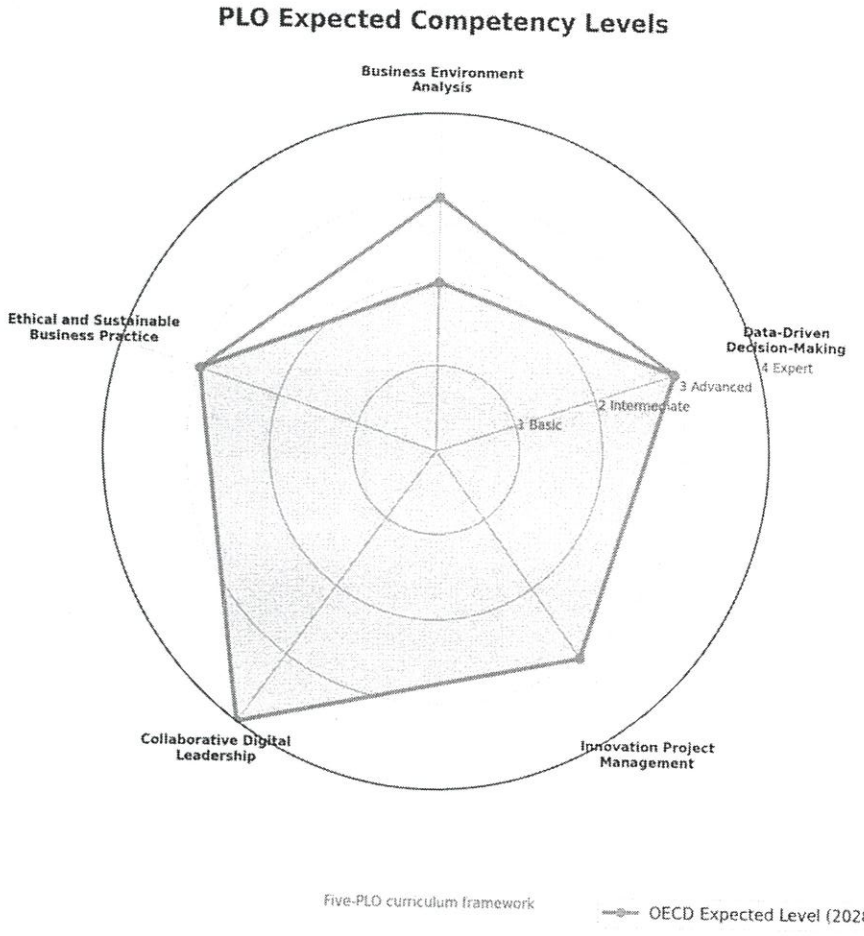
2.2) แผนสหกิจศึกษา/CWIE

ลำดับ	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรฉบับย่อ shorten PLOs	1. พื้นฐาน(Basic)	2. ปานกลาง (Intermediate)	3. ขั้นสูง(Advanced)	4. เชี่ยวชาญ(Expert)	ระดับที่คาดหวัง (Expected Level)
1.	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	Business Environment Analysis	อธิบายแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจได้ แต่ยังเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้จำกัด	เชื่อมโยงแนวคิดกับปัจจัยทางธุรกิจบางด้านได้ และเริ่มอธิบายผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจได้	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยบูรณาการแนวคิดนวัตกรรมการบริหารธุรกิจและหลักฐานที่เกี่ยวข้องได้อย่างเป็นระบบ	สังเคราะห์แนวโน้ม ความเสี่ยง และโอกาสทางธุรกิจเพื่อเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ใหม่ได้อย่างมีเหตุผล	2
2.	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	Data-Driven Decision Making	ระบุแหล่งข้อมูลและสรุปข้อมูลพื้นฐานได้ แต่ยังประเมินความน่าเชื่อถือหรือเชื่อมโยง	เลือกใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เหมาะสม และอธิบายความสัมพันธ์กับปัญหาธุรกิจได้บางส่วน	วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เปรียบเทียบทางเลือก และสนับสนุนการ	ประเมินข้อมูลหลายแหล่ง ตรวจสอบข้อจำกัด สร้างข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ และสื่อสารผลวิเคราะห์เพื่อ	3

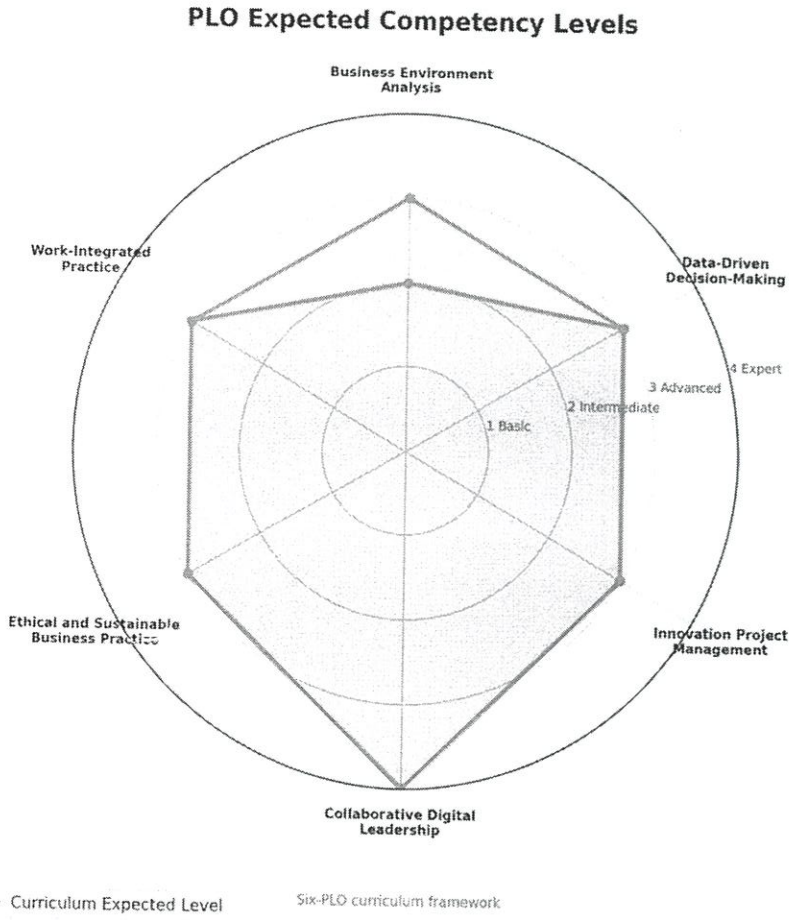
ลำดับ	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรฉบับย่อ shorten PLOs	1. พื้นฐาน(Basic)	2. ปานกลาง (Intermediate)	3. ขั้นสูง(Advanced)	4. เชี่ยวชาญ(Expert)	ระดับที่คาดหวัง (Expected Level)
			กับปัญหาธุรกิจได้จำกัด		ตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีเหตุผล	การตัดสินใจได้อย่างชัดเจน	
3.	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	Innovation Project Management	จัดทำแผนโครงงานเบื้องต้นได้ แต่เป้าหมาย ทรัพยากร เวลา หรือผลลัพธ์ยังไม่ชัดเจน	วางแผนโครงงานที่มีเป้าหมาย กิจกรรม และทรัพยากรหลักได้ แต่ยังต้องได้รับคำแนะนำในการควบคุมคุณภาพและความเสี่ยง	วางแผนพัฒนาโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้ครบถ้วน ครอบคลุมเป้าหมาย ผู้เกี่ยวข้อง ทรัพยากร เวลา ตัวชี้วัด และความเสี่ยง	นำแผนโครงงานไปพัฒนาเป็นแนวทางนวัตกรรมที่ปรับใช้ได้จริง ประเมินผล ปรับปรุง และเชื่อมโยงกับคุณค่าทางธุรกิจได้	3
4.	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้	Collaborative Digital Leadership	มีส่วนร่วมในงานกลุ่มและใช้เครื่องมือดิจิทัลพื้นฐานได้ แต่ยังสื่อสาร บทบาทผู้นำ หรือการใช้ปัญญาประดิษฐ์ได้จำกัด	ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ สื่อสารงานที่รับผิดชอบชัดเจน และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์เพื่อสนับสนุนงานได้บางส่วน	ประสานงานในทีมที่หลากหลาย แสดงภาวะผู้นำ สื่อสารเชิงวิชาชีพ และประยุกต์ใช้ดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนานวัตกรรมธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	ทำงานร่วมกับผู้อื่น มีทักษะการทำงานเป็นทีม ใช้ข้อมูล เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์อย่างรับผิดชอบเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรม และสื่อสารผลลัพธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีอิทธิพล	4
5.	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	Ethical and Sustainable Practice	ปฏิบัติตามกฎและคำสั่งพื้นฐานได้ แต่ยังอธิบายประเด็นจริยธรรม สังคม หรือสิ่งแวดล้อมได้จำกัด	ระบุประเด็นจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อมในสถานการณ์ธุรกิจได้ และปฏิบัติงานตามแนวทางที่กำหนด	ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจริยธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างสม่ำเสมอ	เป็นแบบอย่างด้านความรับผิดชอบทางธุรกิจ เสนอแนวทางลดผลกระทบทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเชื่อมโยงกับเป้าหมายความยั่งยืนขององค์กรได้	3
6.	PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาหรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการใน	Work-Integrated Business Practice	ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายในบริบทสถานประกอบการได้	ประยุกต์ความรู้ด้านนวัตกรรมธุรกิจในการทำงานจริงได้บางส่วน	ประยุกต์ความรู้ด้านนวัตกรรมธุรกิจในสถานประกอบการได้อย่าง	ปฏิบัติงาน เตรียมความพร้อมในการทำงานระดับวิชาชีพ บูรณาการความรู้	4

ลำดับ	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรฉบับย่อ shorten PLOs	1. พื้นฐาน(Basic)	2. ปานกลาง (Intermediate)	3. ขั้นสูง(Advanced)	4. เชี่ยวชาญ(Expert)	ระดับที่คาดหวัง (Expected Level)
	สถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)		ในระดับพื้นฐาน แต่ยังต้องได้รับคำแนะนำอย่างใกล้ชิด	และเริ่มแก้ปัญหาในการทำงานตามคำแนะนำของพี่เลี้ยงหรืออาจารย์นิเทศ	เหมาะสม แก้ปัญหาเฉพาะหน้า และสะท้อนผลการเรียนรู้จากการทำงานจริงได้	ทักษะ และทัศนคติเพื่อสร้างคุณค่าให้สถานประกอบการ พร้อมเสนอแนวทางปรับปรุงงานได้	

3) แผนภูมิเรดาร์สำหรับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร) Radar chart for Expected PLO Achievement)



แผนปกติ



แผนสหกิจศึกษา/CWIE

2.3.5 องค์ประกอบเกี่ยวกับโครงงานหรืองานวิจัย ประสบการณ์ภาคสนาม การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา (ถ้ามี)

1) ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรืองานวิจัย

1. คำอธิบายโดยย่อ

รายวิชาสัมมนา (04308497) เป็นการศึกษาค้นคว้าประเด็นทางด้านบริหารธุรกิจ โดยทำการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ มีระเบียบแบบแผนและนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางด้านบริหารธุรกิจ ในระดับปริญญาตรี

รายวิชาปัญหาพิเศษ (04308498) เป็นการศึกษาค้นคว้าทางด้านบริหารธุรกิจและเรียบเรียงเขียนเป็นรายงานเพื่อสร้างทักษะการวางแผน การศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และการเขียนรายงานผลการศึกษาอย่างเป็นระบบถูกต้องตามหลักวิชาการและจริยธรรมการวิจัยภายใต้การให้คำปรึกษาของอาจารย์ผู้ควบคุมรายวิชา

2. ผลลัพธ์การเรียนรู้

รายวิชาวิชาสัมมนา (04308497)

1. วิเคราะห์ปัญหาทางนวัตกรรมธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้
2. จัดทำบทสรุปเพื่อการนำเสนอประเด็นด้านนวัตกรรมธุรกิจร่วมกับผู้อื่นได้
3. แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ทางวิชาการ

รายวิชาปัญหาพิเศษ (04308498)

1. วิเคราะห์ปัญหา สภาพแวดล้อม และประเด็นทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ
2. รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจได้
3. วางแผนและพัฒนาโครงการหรือแนวทางแก้ไขปัญหาทางธุรกิจโดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมธุรกิจได้
4. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และทักษะการสื่อสารในการนำเสนอผลการศึกษาและการพัฒนาโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ดำเนินการศึกษาและพัฒนาโครงการภายใต้หลักจริยธรรมทางวิชาการ จริยธรรมทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคม

3. ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

4. จำนวนหน่วยกิต

รายวิชาสัมมนา จำนวน 1 หน่วยกิต

รายวิชาปัญหาพิเศษ จำนวน 3 หน่วยกิต

5. การเตรียมการ

อาจารย์ประจำวิชาให้คำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือ ในการเลือกหัวข้อเพื่อทำงานเป็นกลุ่ม แต่ละกลุ่มจะมีอาจารย์ที่ปรึกษา 1 ท่าน โดยจะพบอาจารย์ที่ปรึกษาสัปดาห์ละหนึ่งครั้งเพื่อรับคำปรึกษารายงานความก้าวหน้าและปัญหาอุปสรรคอย่างต่อเนื่อง

6. การวัดและประเมินผู้เรียน

อาจารย์ที่ปรึกษา รายวิชาสัมมนา (04308497) และรายวิชาปัญหาพิเศษ (04308498) ประเมินผลจากความก้าวหน้าของการทำงานกลุ่มในแต่ละขั้นตอน ความรับผิดชอบ การคิดวิเคราะห์ การรายงานผลการค้นคว้า ความสมบูรณ์ของรูปเล่มรายงานประเมินและสามารถสื่อสารได้โดยเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับสถานการณ์

2) ข้อกำหนดเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา

1.1 ปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมธุรกิจตามที่ได้รับมอบหมายได้

1.2 จัดทำรายงานเพื่อการนำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้

2. ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

3. การจัดเวลาและตารางสอน

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

4. การวัดและประเมินผู้เรียน

นิสิตที่เรียนรายวิชาสหกิจศึกษา (04308490) จะได้รับมอบหมายอาจารย์นิเทศ 1 ท่าน โดยนิสิตจะฝึกงานในสถานประกอบการจริงเสมือนเป็นพนักงานของสถานประกอบการนั้น นิสิตจะได้รับมอบหมายการทำรายงานการปฏิบัติงานและจะได้รับการประเมินผลงานจากพนักงานพี่เลี้ยง อาจารย์ประจำวิชาและจากอาจารย์นิเทศตามเกณฑ์การประเมินผลสหกิจศึกษา

2.3.6 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนระดับหลักสูตร (PLOs)	แผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจ	ปรัชญาวิสัยทัศน์ มก.	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย				
			ผู้ใช้บัณฑิต	อาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	นิสิต	บัณฑิต/ศิษย์เก่า	หน่วยงานสนับสนุน
PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	✓	✓		✓	✓		✓
PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา หรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)	✓	✓		✓	✓		✓

2.3.7 ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรและผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิ

ผลลัพธ์การเรียนระดับหลักสูตร (PLOs)	1. ความรู้	2. ทักษะ	3. จริยธรรม	4. ลักษณะบุคคล
PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	✓	✓		
PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	✓	✓		
PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	✓	✓		✓
PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้		✓	✓	✓
PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม			✓	✓
PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา หรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)	✓	✓	✓	✓

2.3.8 ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรและผลลัพธ์การเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2567

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2567												
	GELO 1	GELO 2	GELO 3	GELO 4			GELO 5		GELO 6	GELO 7	GELO 8	GELO 9	GELO 10
				GELO 4.1	GELO 4.2	GELO 4.3	GELO 5.1	GELO 5.2					
PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓		✓
PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓		✓
PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้	✓	✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓
PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	✓								✓				
PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา หรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2567												
	GELO 1	GELO 2	GELO 3	GELO 4			GELO 5		GELO 6	GELO 7	GELO 8	GELO 9	GELO 10
				GELO 4.1	GELO 4.2	GELO 4.3	GELO 5.1	GELO 5.2					
นวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/ CWIE)													

GELO 1 ยกตัวอย่างจากศาสตร์ที่หลากหลายไปบูรณาการกับการเรียน การดำเนินชีวิตในมหาวิทยาลัย (ความรู้ - K)

GELO 2 นำเสนอแนวทางการแก้ปัญหา การตัดสินใจโดยใช้ทักษะการคิดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ (ความรู้ - K)

GELO 3 วิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบันและวางแผนการทำงานด้วยสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างเหมาะสม (ความรู้ - K)

GELO 4 ประยุกต์ใช้ทักษะด้านภาษา การสื่อสารและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนและการทำงานร่วมกับผู้อื่น

Sub GELO 4.1 สื่อสารโดยใช้ทักษะภาษาในการทำงานและการดำเนินชีวิต (ทักษะ - S)

Sub GELO 4.2 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสารสนเทศได้อย่างถูกต้องตามหลักการในการสื่อสาร การทำงานหรือในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (ทักษะ - S)

Sub GELO 4.3 สื่อสาร หรือนำเสนอผลงาน ด้วยวิธีการหรือรูปแบบต่าง ๆ ได้ (ทักษะ - S)

GELO 5 บริหารจัดการตนเองเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตและการเรียนได้

Sub GELO 5.1 ดูแลตนเอง บริหารจัดการตนเองทั้งทางร่างกายและจิตใจ (ทักษะ - S)

Sub GELO 5.2 แสดงออกถึงการเห็นคุณค่าของตนเองและบุคคลอื่น ตั้งเป้าหมาย มีพลังสุขภาพจิตในการดำเนินชีวิตประจำวัน (คุณลักษณะ - C)

GELO 6 แสดงออกถึงคุณธรรมจริยธรรมพื้นฐานในการอยู่ร่วมกับผู้อื่น (จริยธรรม - E)

GELO 7 ประเมินตนเอง กำหนดเป้าหมาย วางแผนการเรียนและประเมินการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง)คุณลักษณะ - C)

GELO 8 ประยุกต์แนวคิดความเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในการดำเนินชีวิตหรือทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย (คุณลักษณะ - C)

GELO 9 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในฐานะผู้นำและผู้ตาม โดยรู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง (คุณลักษณะ - C)

GELO 10 แสดงออกถึงความภาคภูมิใจในความเป็นไทย ดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม เอกลักษณ์ที่ดีงาม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและประวัติศาสตร์ของชาติ (คุณลักษณะ - C)

2.3.9 ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรและสมรรถนะหมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2567

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	สมรรถนะหมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2567							
	ด้านการสื่อสารและสารสนเทศ	ด้านภาวะผู้นำ	ด้านการเป็นผู้ประกอบการ	ด้านทักษะการคิด	ด้านพหุวัฒนธรรม	ด้านการจัดการตนเอง	ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต	ด้านความเป็นพลเมือง
PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	✓		✓	✓		✓	✓	
PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	✓		✓	✓		✓	✓	
PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	✓		✓	✓		✓	✓	
PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					✓	✓	✓	✓
PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา หรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)					✓	✓	✓	✓

2.3.10 การออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ออกแบบหลักสูตรตามแนวคิด Outcome-based Education (OBE) และ Backward Curriculum Design โดยกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) เป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนาบัณฑิตให้มีความรู้ด้านบริหารธุรกิจ ทักษะการคิดวิเคราะห์ การตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น ภาวะผู้นำ จริยธรรมทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ หลักสูตรได้นำ PLOs มาใช้เป็นฐานในการออกแบบโครงสร้างรายวิชา กิจกรรมการเรียนรู้ และวิธีการประเมินผล โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและตลาดแรงงาน แผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจของมหาวิทยาลัย เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยและเตรียมความพร้อมให้นิสิตประกอบอาชีพในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างเหมาะสม

ด้านการจัดลำดับการเรียนรู้ หลักสูตรวางโครงสร้างจากพื้นฐานไปสู่การประยุกต์ใช้จริง โดยชั้นปีที่ 1 เน้นรายวิชาพื้นฐานทั่วไปและวิชาแกนบริหารธุรกิจ เพื่อสร้างฐานความรู้ที่จำเป็น ชั้นปีที่ 2 เพิ่มความเข้มข้นของรายวิชาด้านบริหารธุรกิจและเริ่มเข้าสู่เนื้อหาด้านนวัตกรรมธุรกิจ ชั้นปีที่ 3 มุ่งพัฒนาความรู้เฉพาะแขนง การวิเคราะห์ข้อมูล การคิดเชิงนวัตกรรม การคิดเชิงบูรณาการ และ Soft Skills ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นสมรรถนะ รวมทั้งส่งเสริมการฝึกงานในช่วงภาคฤดูร้อน ส่วนชั้นปีที่ 4 เน้นการบูรณาการความรู้ผ่านการปฏิบัติจริง การจัดทำรายงานวิจัย การนำเสนอผลงาน และสหกิจศึกษา/CWIE

เพื่อให้การจัดการเรียนรู้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้และบริบททางธุรกิจสมัยใหม่ หลักสูตรได้พัฒนาและปรับปรุงรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ การออกแบบสื่อทางการตลาด การจัดการสมัยใหม่ และการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน เช่น นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด กราฟิกและการออกแบบสื่อทางการตลาด การจัดการสมัยใหม่ และการจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้นิสิตสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริงและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้

การประเมินผลของหลักสูตรกำหนดให้เชื่อมโยงกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง โดยใช้วิธีการประเมินที่หลากหลาย ได้แก่ การสอบ ชิ้นงาน โครงงาน กรณีศึกษา การนำเสนอผลงาน การประเมินทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น การฝึกงาน และสหกิจศึกษา/CWIE ผลการประเมินจะนำไปใช้ในการทบทวนและปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าบัณฑิตสามารถบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด โดยหลักสูตรได้กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรไว้ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ในระดับหลักสูตร ประกอบด้วย

PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา หรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)

3. จำนวนหน่วยกิต โครงสร้างหลักสูตร รายวิชา คำอธิบายรายวิชา และแผนการศึกษา

3.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต

3.2 โครงสร้างหลักสูตร

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

โดยนิสิตต้องเรียนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปครบทั้ง 3 ส่วน ดังนี้

1. รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาคุณลักษณะนิสิต มก. 8 หน่วยกิต
2. รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน ไม่น้อยกว่า 4 หน่วยกิต
   - ด้านการสื่อสารและสารสนเทศ
   - ด้านภาวะผู้นำ
   - ด้านการเป็นผู้ประกอบการ
3. รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

ตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

- ด้านทักษะการคิด
- ด้านพหุวัฒนธรรม
- ด้านการจัดการตนเอง
- ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- ด้านความเป็นพลเมือง

2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า		**94**	**หน่วยกิต**
- วิชาแกน		30	หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะบังคับ		40	หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะเลือก	ไม่น้อยกว่า	24	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	**ไม่น้อยกว่า**	**6**	**หน่วยกิต**

3.3 รายวิชา

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

โดยนิสิตต้องเรียนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปครบทั้ง 3 ส่วน ดังนี้

1. รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาคุณลักษณะนิสิต มก. 8 หน่วยกิต

01999111 เกษตรศาสตร์สร้างศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
(Kasetsart Creating Knowledge of the Land)	
วิชาภาษาต่างประเทศ	6(- -)

2. รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน ไม่น้อยกว่า 4 หน่วยกิต
   - ด้านการสื่อสารและสารสนเทศ
   - ด้านภาวะผู้นำ
   - ด้านการเป็นผู้ประกอบการ
3. รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

ตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

- ด้านทักษะการคิด
- ด้านพหุวัฒนธรรม
- ด้านการจัดการตนเอง
- ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- ด้านความเป็นพลเมือง

(2) หมวดวิชาเฉพาะ	**ไม่น้อยกว่า**	**94**	**หน่วยกิต**
2.1 วิชาแกน		**30**	**หน่วยกิต**
04302171	การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ (Accounting for Entrepreneurial Decision Making)	3(3-0-6)	
04305211	การจัดการทางการเงิน I (Financial Management I)	3(3-0-6)	
04308101*	การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)	3(3-0-6)	
04308102*	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)	
04308111*	เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ (Economics for Business)	3(3-0-6)	
04308201*	นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น (Inroduction to Business Innovation)	3(3-0-6)	
04308202*	การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Operations Management)	3(3-0-6)	
04308203*	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ (Law and Tax for Business)	3(3-0-6)	
04308204*	ดิจิทัลทางธุรกิจ (Digital Business)	3(3-0-6)	
04308205*	สถิติธุรกิจ (Business Statistics)	3(3-0-6)	

* รายวิชาเปิดใหม่

2.2 วิชาเฉพาะบังคับ		**40 หน่วยกิต**
2.2.1 แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ		
04308211*	การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ (Modern Human Resource Management)	3(3-0-6)
04308212*	การสื่อสารองค์การในยุคดิจิทัล (Organizational Communication in the Digital Era)	3(3-0-6)
04308213*	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดการ (Business Environment and Management)	3(3-0-6)
04308311*	การวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ (Quantitative Analysis for Business Strategy and Innovation)	3(3-0-6)
04308312*	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information Systems)	3(3-0-6)
04308313*	การจัดการโครงการ (Project Management)	3(3-0-6)
04308314*	ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ (Artificial Intelligence for Business Management)	3(3-0-6)
04308315*	การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ (Business Systems Analysis)	3(3-0-6)
04308316*	ความคิดสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม (Creativity and Design Thinking for Innovation)	3(3-0-6)
04308317*	ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ (Entrepreneurship and New Venture Creation)	3(3-0-6)
04308391*	ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ (Basic Research Methods in Business)	3(3-0-6)
04308411*	กลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต (Organization Strategy of Future)	3(3-0-6)
04308497*	สัมมนา (Seminar)	1

* รายวิชาเปิดใหม่

04308498*	ปัญหาพิเศษ (Special Problem)	3

2.2.2 แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด

04308157*	อัตลักษณ์ความเป็นนักวิชาชีพด้านการตลาด (Marketing Professional Identity)	3(3-0-6)
04308251*	พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล (Digital Consumer Behavior)	3(3-0-6)
04308253*	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(3-0-6)
04308352*	การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)	3(3-0-6)
04308361*	การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Strategic Product Management)	3(3-0-6)
04308362*	กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)	3(3-0-6)
04308371*	การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing Channel Management)	3(3-0-6)
04308381*	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่ (Modern Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
04308383*	จริยธรรมทางการตลาด (Marketing Ethics)	3(3-0-6)
04308454*	การจัดการนวัตกรรมการตลาด (Innovation Marketing Management)	3(3-0-6)
04308455*	การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Sales Forecasting and Strategic Analysis)	3(3-0-6)
04308491*	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่ (Basic Methods of Modern Marketing Research)	3(3-0-6)
04308497*	สัมมนา (Seminar)	1
04308498*	ปัญหาพิเศษ (Special Problem)	3

* รายวิชาเปิดใหม่

2.3 วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

ให้นิสิตเลือกเรียนรายวิชาในแขนงเดียวกันกับวิชาเฉพาะบังคับ ไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต และเลือกเรียนรายวิชานอกแขนงวิชาหรือในแขนงวิชา อีกไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากตัวอย่างกลุ่มวิชา ต่อไปนี้

2.3.1 กลุ่มวิชาในแขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ

04308221*	การสรรหา คัดเลือกและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Recruitment Selection and Human Resource Development)	3(3-0-6)
04308222*	การพัฒนาองค์การ (Organizational Development)	3(3-0-6)
04308231*	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมสมัยใหม่ (Modern Business and Social Responsibility)	3(3-0-6)
04308241*	เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนวัตกรรมธุรกิจ (Data Analysis Tools for Business Innovation)	3(3-0-6)
04308321*	การจัดการค่าตอบแทนและผลการปฏิบัติงาน (Compensation and Performance Management)	3(3-0-6)
04308322*	การจัดการความรู้ในองค์การ (Knowledge Management in Organization)	3(3-0-6)
04308323*	การพัฒนาอย่างยั่งยืนกับกิจการเพื่อสังคม (Sustainable Development and Social Enterprise)	3(3-0-6)
04308331*	การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ (Business Negotiation)	3(3-0-6)
04308332*	หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business Management Principles)	3(3-0-6)
04308333*	การจัดการธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน (Sustainable Family Businesses Management)	3(3-0-6)
04308341*	นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ (Innovation and Business Models)	3(3-0-6)

* รายวิชาเปิดใหม่

04308342*	การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ (Business Data Analytics for Decision Making)	3(3-0-6)
04308390*	เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Cooperative Education Preparation)	1(1-0-2)
04308421*	การจัดการคุณภาพเพื่อความเป็นเลิศในการดำเนินงาน (Quality Management for Operational Excellence)	3(3-0-6)
04308422*	ภาวะผู้นำและการพัฒนาทีมงาน (Leadership and Team Development)	3(3-0-6)
04308423*	การจัดการวิกฤตและการเปลี่ยนแปลง (Crisis and Change Management)	3(3-0-6)
04308431*	การจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อความยั่งยืน (Value Chain Management for Sustainability)	3(3-0-6)
04308490*	สหกิจศึกษา (Cooperative Education)	6

2.3.2 กลุ่มวิชาในแขนงวิชานวัตกรรมการตลาด

04308258*	ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด (English for Marketers)	3(3-0-6)
04308259*	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Marketing)	3(3-0-6)
04308282*	กราฟฟิกและการออกแบบสื่อทางการตลาด (Graphic Design for Marketing Communications)	3(3-0-6)
04308356*	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด (Marketing Data Analysis)	3(3-0-6)
04308359*	ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด (Artificial Intelligence in Marketing)	3(3-0-6)
04308363*	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Planning)	3(2-2-5)
04308364*	การจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา (Luxury Products Management)	3(3-0-6)

* รายวิชาเปิดใหม่

04308365*	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล (Branding Strategy in Digital Age)	3(3-0-6)
04308372*	การจัดซื้อจัดหา (Procurement)	3(3-0-6)
04308373*	การจัดการการขาย (Sales Management)	3(3-0-6)
04308374*	การค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Retailing)	3(3-0-6)
04308375*	ศิลปะการขายสมัยใหม่ (Modern Salesmanship)	3(3-0-6)
04308384*	การตลาดยั่งยืน (Sustainable Marketing)	3(3-0-6)
04308385*	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	3(3-0-6)
04308386*	กลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการโปรโมตและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่ (Creative Strategies for Promotion and Modern Event Marketing)	3(2-2-5)
04308387*	การโฆษณา (Advertising)	3(3-0-6)
04308390*	เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Cooperative Education Preparation)	1(1-0-2)
04308466*	การตลาดธุรกิจบริการ (Service Business Marketing)	3(3-0-6)
04308476*	หลักการจัดการโลจิสติกส์สมัยใหม่ (Principles of Modern Logistics Management)	3(3-0-6)
04308490*	สหกิจศึกษา (Cooperation Education)	6
04308499*	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดสมัยใหม่ (Professional Internship in Modern Marketing)	3

2.3.3 กลุ่มวิชาการบัญชี

04302111	หลักการบัญชีขั้นต้น (Principles of Accounting)	3(3-2-5)

* รายวิชาเปิดใหม่

04302112	การบัญชีขั้นกลาง I (Intermediate Accounting I)	3(3-0-6)
04302211	การบัญชีขั้นกลาง II (Intermediate Accounting II)	3(3-0-6)

2.3.4 กลุ่มวิชาการเงิน

04305212	การบริหารการเงินส่วนบุคคล (Personal Financial Management)	3(3-0-6)
04305314	การจัดการสินเชื่อ (Credit Management)	3(3-0-6)
04305321	การบริหารการเงินระหว่างประเทศ (International Financial Management)	3(3-0-6)
04305331	สถาบันและตลาดทางการเงิน (Financial Institutions and Markets)	3(3-0-6)

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

3.4 ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

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

วิชาในหมวดศึกษาทั่วไป

วิชาแกน

04302171 การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ

04305211 การจัดการทางการเงิน I

วิชาเฉพาะเลือก กลุ่มวิชาบัญชี

04302111 หลักการบัญชีขั้นต้น

04302112 การบัญชีขั้นกลาง I

04302211 การบัญชีขั้นกลาง II

วิชาเฉพาะเลือก กลุ่มวิชาการเงิน

04305212 การบริหารการเงินส่วนบุคคล

04305314 การจัดการสินเชื่อ

04305321 การบริหารการเงินระหว่างประเทศ

04305331 สถาบันและตลาดทางการเงิน

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

04308101 การจัดการสมัยใหม่

04308102 หลักการตลาด

04308203 การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน

04308205 สถิติธุรกิจ

3.5 คำอธิบายรายวิชา

3.5.1 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาของหลักสูตร

- วิชาแกน

04308101* การจัดการสมัยใหม่ 3(3-0-6)

(Contemporary Management)

แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการ สภาพแวดล้อมองค์การ สภาพแวดล้อมระดับโลก จริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม การวางแผน การจัดองค์การ การนำ การควบคุม นวัตกรรมการจัดการ การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาองค์การ

Concepts and evolution of management. Organizational environment. Global environment. Business ethics. Corporate social responsibility. Planning. Organizing. Leading. Controlling. Innovation of management. Change management. Organizational development.

04308102* หลักการตลาด 3(3-0-6)

(Principles of Marketing)

แนวคิดของการตลาดสมัยใหม่ ความสำคัญ บทบาท หน้าที่ และสิ่งแวดล้อมทางการตลาดและกระบวนการทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการวางแผนทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวางแผนส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การวิจัยการตลาดขั้นพื้นฐาน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานทางการตลาด

Concept of modern marketing. Important, roles, functions, and marketing environment and marketing processes. Factors affecting marketing planning. Consumer behavior analysis. Market segmentation. Product positioning. Marketing mix planning using digital technology. Basic marketing research. Application of information technologies in marketing operations.

04308111* เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ 3(3-0-6)

(Economics for Business)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิชาเศรษฐศาสตร์ ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์และอุปทาน การผลิตและต้นทุนธุรกิจ โครงสร้างตลาดและการตั้งราคาในธุรกิจ การตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจ รายได้ประชาชาติ การเงินและการธนาคาร นโยบายการเงินและการคลัง เศรษฐกิจระหว่างประเทศ ความผันผวนของเศรษฐกิจ เศรษฐกิจดิจิทัล

Introduction to economics. Economic systems. Supply and demand. Production and business costs. Market structure and pricing in business. Business investment decision-making. National income. Finance and

---

* รายวิชาเปิดใหม่

banking. Monetary and fiscal policy. International economics. Economic fluctuations. Digital economy.

04308201* **นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น** 3(3-0-6)

(Introduction to Business Innovation)

แนวคิด หลักการ และกระบวนการจัดการนวัตกรรม ประเภทของนวัตกรรม กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการสร้างสรรค์ การประยุกต์ใช้เครื่องนวัตกรรม การพัฒนาโมเดลธุรกิจ การเริ่มต้นธุรกิจแบบลีน การจัดการทรัพย์สินทางปัญญา การประเมินโครงการนวัตกรรม การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมองค์กร

Concepts, principles, and processes of innovation management. Types of innovation. Innovation strategies. Environmental analysis for creativity. Application of innovation tools. Business model development. Lean startup. Intellectual property management. Innovation project evaluation. Innovation corporate culture creation.

04308202* **การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน** 3(3-0-6)

(Sustainable Operations Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

การจัดการการปฏิบัติการสมัยใหม่ที่สะท้อนแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน บูรณาการการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกกระบวนการและผังงาน การจัดการกำลังการผลิตและทำเลที่ตั้งอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การวางแผนและควบคุมระบบการผลิต การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดการคุณภาพ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

Modern operations management to reflect with sustainable development principles. Integrating eco-friendly product and service design. Process selection and layout design. Socially responsible capacity and location management. Production system planning and controling. Inventory management. Quality management. Environmental standards.

04308203* **กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Law and Tax for Business)

กฎหมายธุรกิจและระบบภาษีที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ การจัดตั้งธุรกิจ สัญญา การจัดการและกฎหมายภาษี ความรับผิดของธุรกิจ ความรับผิดทางภาษีอากรของบุคคลและธุรกิจและภาษีอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การวางแผนภาษีเพื่อบุคคลและธุรกิจ

Business legal and tax systems related to business operations. Business formation, contracts, management, and taxation law. Business

---

* รายวิชาเปิดใหม่

responsibilities. Individuals and businesses tax liability, and other taxes related to business opreations. Tax planning for individuals and businesses.

04308204* **ดิจิทัลทางธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Digital Business)

แนวคิด หลักการ และบทบาทของระบบดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในยุคดิจิทัล โมเดลธุรกิจดิจิทัลและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างคุณค่า การดำเนินงาน การตลาด งานบริการ การตัดสินใจทางธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยี ข้อมูล กระบวนการทางธุรกิจและจริยธรรม ผลกระทบของดิจิทัลต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Concepts, principles, and roles of digital systems in modern business operations. Business transformation in digital era. Digital business models and application of digital technologies. Value creation. Operations. Marketing. Services. Business decision-making. Relationships among technology, data, business processes, and ethics. Impacts of digitalization on organizations and stakeholders.

04308205* **สถิติธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Business Statistics)

ทฤษฎีและวิธีการทางสถิติในองค์กรดิจิทัล การจัดระบบข้อมูลและฉายภาพข้อมูล การวัดค่ากลางและการกระจายข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณค่าช่วงความเชื่อมั่น การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์และสถิตินอนพาราเมตริก การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์

Statistical theories and methods in digital organizations. Data organization and visualization. Measures of central tendency and dispersion. Probability distributions. Sampling. Confidence interval estimation. Hypothesis testing. Chi-square test and nonparametric statistics. Analysis of variance. Regression and correlation analysis.

- แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ

04308211* **การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่** 3(3-0-6)

(Modern Human Resource Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

การจัดการกลยุทธ์ด้านบุคลากร การสรรหา การคัดเลือก การพัฒนา การจ่ายค่าตอบแทน การรักษาพนักงาน การพัฒนานโยบาย ขั้นตอนการทำงานให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ พันธมิตรธุรกิจ การจัดการคนให้เหมาะสมกับเป้าหมายของธุรกิจ การใช้เครื่องมือสารสนเทศ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์

* รายวิชาเปิดใหม่

Strategic management of human resources. Recruitment. Selection. Development. Compensation. Employee retention. Policies development. Work procedures in compliance with laws, regulations and business partner. Managing people in alignment with business goals. Using information systems. Using artificial intelligence for human resource management.

04308212* **การสื่อสารองค์การในยุคดิจิทัล** 3(3-0-6)

(Organizational Communication in the Digital Era)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

ความหมาย วิวัฒนาการ แนวคิด ทฤษฎี และความสำคัญของการสื่อสารองค์การ รูปแบบการสื่อสารประเภทต่าง ๆ การสื่อสารองค์การในบริบทสังคมดิจิทัล การวิเคราะห์บทบาทของเทคโนโลยี แพลตฟอร์มดิจิทัลและระบบข้อมูล วัฒนธรรมองค์การที่เปลี่ยนไปต่อกระบวนการสื่อสาร การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

Definition, evolution, concepts, theories, and important of organizational communication. Types of organizational communication. Organizational communication in digital society context. Analysis of technological roles, digital platforms, and information system. Analysis of changing organizational cultures affecting communication process. Digital media selection.

04308213* **สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดการ** 3(3-0-6)

(Business Environment and Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

การวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์เพื่อรับมือกับปัจจัยภายในและภายนอก การใช้เครื่องมือด้านการจัดการ ศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อม การปรับปรุงธุรกิจให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง การวางแผนโมเดลธุรกิจ

Analysis and strategic adaptation to deal with internal and external factors. Using management tools. Study of the effects of business environment. Business adaptation to changing environments. Business model planning.

04308221* **การสรรหา คัดเลือกและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์** 3(3-0-6)

(Recruitment Selection and Human Resource Development)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308211

แนวคิด กระบวนการ และเทคนิคสมัยใหม่ในการสรรหา การคัดเลือกและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสรรหา เครื่องมือคัดเลือกเชิงสมรรถนะ การวิเคราะห์ทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การออกแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ การถ่ายทอด

---

* รายวิชาเปิดใหม่

การเรียนรู้สู่งานจริง วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์การ การประเมินผลการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงนวัตกรรม

Concepts, processes, and modern techniques in recruitment, selection, and human resource development. Digital technologies for recruitment and competency-based selection tools. Application of human resource analytics to support decision making. Human resource development processes. Innovative learning design. Transformation from knowledge to real world situation. Learning culture of organization. Evaluation of human resource. Enhancing organizational innovation capabilities.

04308222* **การพัฒนาองค์การ** 3(3-0-6)

(Organizational Development)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308211

แนวคิดและหลักการพัฒนาองค์การ การวิเคราะห์ปัญหาเชิงระบบ การบริหารการเปลี่ยนแปลง การออกแบบกิจกรรม การพัฒนาองค์การ การพัฒนาทีม การปรับปรุงกระบวนการทำงาน การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร

Concepts and principles of organization development. Systematic problem analysis. Change management. Design of development activities. Organization development. Team development. Work process improvement. Strategic communication. Organizational culture change.

04308231* **ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมสมัยใหม่** 3(3-0-6)

(Modern Business and Social Responsibility)

ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคมในบริบทสมัยใหม่ การบริหารผลกระทบของธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อม การตอบสนองต่อความต้องการของสังคม การกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมทางธุรกิจ การจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมสังคม และธรรมาภิบาล การพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ การสร้างคุณค่าร่วมทางเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

Corporate social responsibility in modern business context. Management of business impacts on stakeholders and environment. Responses to societal expectations. Corporate governance and business ethics. Sustainability management regarding environmental, social, and governance (ESG). Development of business strategies. Creating shared value of economic, social, and environmental balancingly.

04308241* **เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนวัตกรรมธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Data Analysis Tools for Business Innovation)

หลักการและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ การสร้างคุณค่าใหม่และพัฒนา

---

* รายวิชาเปิดใหม่

นวัตกรรมทางธุรกิจ พื้นฐานสถิติและการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การจัดการข้อมูล เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสมัยใหม่ การตรวจสอบ วิเคราะห์ ตีความ และนำเสนอข้อมูลเชิงลึก การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การทำงานเป็นทีม การสื่อสารผลการวิเคราะห์ด้วยภาพข้อมูล จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อการใช้ข้อมูลในภาคธุรกิจ

Principles and processes of business data analysis. Value creation and business innovation. Fundamentals of statistics and quantitative analysis. Data management. Modern data analytics tools. Data validation, analysis, interpretation, and presentation of insights. Strategic decision-making. Teamwork. Communication of analytical results through data visualization. Ethics and responsibility in business data utilization.

04308311* **การวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ** 3(3-0-6)
(Quantitative Analysis for Business Strategy and Innovation)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308205

แนวคิดและหลักการวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับธุรกิจ การรวบรวม การจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล การพยากรณ์ทางธุรกิจ การตัดสินใจภายใต้สภาวะความเสี่ยงและความไม่แน่นอน การประยุกต์ใช้แบบจำลองเชิงปริมาณ การวางแผนกลยุทธ์และการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผลและการนำเสนอข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

Concepts and principles of quantitative analysis for business. Data collection, management, and business analysis . Descriptive and inferential statistics. Data relationship analysis. Business forecasting. Decision-making under risk and uncertainty. Application of quantitative models. Strategic planning and business innovation. Utilization of software applications. Digital technologies and artificial intelligence for data analysis. Data interpretation and presentation for business decision-making.

04308312* **ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ** 3(3-0-6)
(Business Information Systems)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางธุรกิจ การจัดการสารสนเทศเพื่อการวางแผนและตัดสินใจ การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่าย การจัดการระบบฐานข้อมูลและฐานความรู้ การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในองค์กรดิจิทัล นวัตกรรมสารสนเทศและเทคโนโลยีอุบัติใหม่ ระบบความมั่นคงปลอดภัยทางสารสนเทศ จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้สารสนเทศยุคดิจิทัล

---

* รายวิชาเปิดใหม่

Introduction to business information systems. Information management for planning and decision-making. Information technology and network management. Database and knowledge base system management. Application of information systems in digital organizations. Information innovation and emerging technologies. Information security. Ethics and responsibility in information utilization in the digital era.

04308313* **การจัดการโครงการ** 3(3-0-6)

(Project Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

หลักการและกระบวนการจัดการโครงการ การกำหนดขอบเขตโครงการ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรและคุณภาพ การวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยง การสื่อสารและการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การติดตาม ประเมินผล และการปิดโครงการอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

Principles and processes of project management. Project scope definition. Strategic planning. Resource and quality management. Risk analysis and management. Communication and stakeholder management. Project monitoring, evaluation and closure projects effectively and sustainably.

04308314* **ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Artificial Intelligence for Business Management)

พื้นฐานปัญญาประดิษฐ์ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการคาดการณ์ และการสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างคุณค่าให้แก่องค์การธุรกิจสมัยใหม่ จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้ปัญญาประดิษฐ์

Fundamentals of Artificial Intelligence. Application of Artificial Intelligence and data analytics technology for prediction. Strategic decision support. Using of Artificial Intelligence to improve operational efficiency and create value for modern business organizations. Ethics and responsibility in use of Artificial Intelligence.

04308315* **การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Business Systems Analysis)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

หลักการและเทคนิคการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานธุรกิจในองค์กรดิจิทัล การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งาน การออกแบบสถาปัตยกรรมระบบสารสนเทศ การออกแบบกระบวนการทางธุรกิจ การพัฒนาโมเดลข้อมูล การออกแบบส่วนต่อ

---

* รายวิชาเปิดใหม่

ประสานผู้ใช้งาน การประเมินและเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการควบคุมในองค์กรดิจิทัล

Principles and techniques for analyzing and designing digital business systems. User requirement analysis. Information system architecture design. Business process design. Data modeling. User interface design. Evaluation and selection of information technologies for digital business control.

04308316* **ความคิดสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม** 3(3-0-6)
(Creativity and Design Thinking for Innovation)

แนวคิดและหลักการของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม กระบวนการคิดสร้างสรรค์ เทคนิคการพัฒนาแนวคิด การคิดเชิงออกแบบเพื่อการสร้างนวัตกรรม การทำความเข้าใจผู้ใช้และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการ การสร้างแนวคิดนวัตกรรม การพัฒนาต้นแบบและการทดสอบแนวคิด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การออกแบบนวัตกรรม การทำงานเป็นทีม การสื่อสารและการนำเสนอแนวคิดนวัตกรรม กรณีศึกษานวัตกรรมในภาคธุรกิจและสังคม

Concepts and principles of creativity and innovation. Creative thinking processes and idea generation techniques. Design thinking for innovation. Understanding users and stakeholders. Problem and need analysis. Innovation ideation. Prototyping and concept testing. Application of digital technologies and artificial intelligence. Innovation design. Teamwork, communication, and innovation pitching. Case studies of innovation in business and social contexts.

04308317* **ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่** 3(3-0-6)
(Entrepreneurship and New Venture Creation)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

ลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ การมองหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ กระบวนการการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างธุรกิจใหม่ การสร้างสรรค์ นวัตกรรม การพัฒนาและปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เป็นพลวัตร

Characteristics of entrepreneurship. Seeking business opportunities to create new products and services. Entrepreneurial processes related to creating new businesses, creativity, and innovation. Development and adaptation in dynamic environment.

04308321* **การจัดการค่าตอบแทนและผลการปฏิบัติงาน** 3(3-0-6)
(Compensation and Performance Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308211

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจ่ายค่าตอบแทน การสำรวจค่าจ้างเงินเดือน การออกแบบโครงสร้างค่าตอบแทน ประเด็นทางกฎหมาย กระบวนการการจัดการผล

---

* รายวิชาเปิดใหม่

การปฏิบัติงานและทฤษฎี เกณฑ์การวัดผลการปฏิบัติงาน การวางแผน เทคนิค การออกแบบทดสอบเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงาน การเลื่อนค่าจ้างที่เชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงาน

Concepts and theories in compensation. Salary survey. Designing pay structure. Legal issues. Performance management process and theories. Criteria in performance evaluation. Planning, techniques, test design for performance appraisal. Compensation promotion related to performance appraisal.

04308322* **การจัดการความรู้ในองค์การ** 3(3-0-6)

(Knowledge Management in Organization)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

แนวคิด หลักการ ประเภท และกระบวนการจัดการองค์ความรู้ ข้อมูลสารสนเทศและภูมิปัญญา การสร้าง การจัดเก็บ และการแลกเปลี่ยน การนำไปใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมและแก้ปัญหา การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ การประเมินผล การจัดการการเปลี่ยนแปลง การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์การอย่างยั่งยืน

Concepts, principles, types, and knowledge management. Data information system and wisdom. Creation, storage, and exchange. Utilization for innovative development and problem solving. Analysis of success factors. Performance evaluation. Change management. Creation of learning culture in organizations sustainably.

04308323* **การพัฒนาอย่างยั่งยืนกับกิจการเพื่อสังคม** 3(3-0-6)

(Sustainable Development and Social Enterprise)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

แนวคิดกิจการเพื่อสังคม ประเภทของกิจการเพื่อสังคม แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปัญหาและความท้าทายทางสังคม การสร้างและประเมินโอกาสในการพัฒนากิจการเพื่อสังคม นวัตกรรมทางสังคม การสร้างคุณค่าทางสังคม การจัดการกิจการเพื่อสังคมเพื่อความสำเร็จ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคม แผนธุรกิจสำหรับกิจการเพื่อสังคม ธุรกิจกับความยั่งยืน การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การสื่อสารและการสร้างแบรนด์กิจการเพื่อสังคม ธรรมมาภิบาลและจริยธรรมของกิจการเพื่อสังคม

Concepts of social enterprises. Types of social enterprises. Concepts of sustainable development. Social problems and challenges. Creation and evaluation of opportunities for social enterprise development. Social innovation. Social value creation. Management of social enterprises for success. Factors influencing success of social enterprises. Business planning for social enterprises. Business and sustainability. Creating competitive

---

* รายวิชาเปิดใหม่

advantage. Communication and branding for social enterprises. Governance and ethics of social enterprises.

04308331* **การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Business Negotiation)

แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการของการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ การบริหารงานองค์กร ปัจจัยในการเจรจาต่อรอง การใช้การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง การประเมินผลลัพธ์ของการเจรจา การบรรลุข้อตกลงที่เป็นประโยชน์ร่วมกันอย่างมีจริยธรรม

Concepts, theories, and processes of business negotiation. Factors influencing negotiation. Effective communication. Negotiation strategies. Evaluation of negotiation outcomes. Achieving mutually beneficial agreements with ethic.

04308332* **หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ** 3(3-0-6)

(International Business Management Principles)

หลักการ แนวคิด และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจในตลาดโลก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การบริหารซัพพลายเชนระหว่างประเทศ บทบาทของดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ ทักษะการสื่อสารและการทำงานเป็นทีมข้ามวัฒนธรรมในบริบทสากล

Principles, concepts, and economic. Political, legal, cultural, and technological factors affecting business operations in global market. Business environment analysis and foreign market entry strategies. International supply chain management. Roles of digital technologies and artificial intelligence in supporting business decision-making. Communication skills and cross-cultural teamwork in international context.

04308333* **การจัดการธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน** 3(3-0-6)

(Sustainable Family Businesses Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจครอบครัว ธรรมนูญธุรกิจครอบครัว รูปแบบการจัดการธุรกิจครอบครัวในทวีปเอเชียและทวีปยุโรป ริเน็น การสื่อสารในธุรกิจครอบครัว การจัดการธุรกิจครอบครัวของประเทศไทย ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจครอบครัว การสืบทอดธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน

Definition and family business concepts. Family business constitution. Family business management models in Asia and Europe. Rinen. Communication in family business. Family business management in

*รายวิชาเปิดใหม่

Thailand. Problems and obstacles in family business management. Sustainable family business succession.

04308341* **นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Innovation and Business Models)

แนวคิดและหลักการของนวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับการสร้างคุณค่าทางธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจและความต้องการของลูกค้า การออกแบบและพัฒนาโมเดลธุรกิจ การประยุกต์ใช้โมเดลทางธุรกิจและเครื่องมือที่เกี่ยวข้อง การสร้างคุณค่า กลุ่มลูกค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย ความสัมพันธ์กับลูกค้า ทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลัก พันธมิตรหลัก โครงสร้างต้นทุน และกระแสรายได้ การพัฒนาและทดสอบโมเดลธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการพัฒนานวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ การนำเสนอแนวคิดธุรกิจ จริยธรรม และความยั่งยืนทางธุรกิจ

Concepts and principles of innovation and business models. Relationships between innovation and value creation. Analysis of business opportunities and customer needs. Business model design and development. Application of the business model and related tools. Value creation. Customer segments. Channels. Customer relationships. Key resources. Key activities. Key partnerships. Cost structures and revenue streams. Business model development and validation. Application of digital technologies and artificial intelligence in innovation and business model development. Business pitching, ethics, and business sustainability.

04308342* **การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ** 3(3-0-6)

(Business Data Analytics for Decision Making)

พื้นฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ การใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงธุรกิจ การสื่อสารและการนำเสนอข้อมูล

Fundamentals of data analysis and data collection and management. Business data analysis. Using data to support business decision-making. Data communication and presentation.

04308391* **ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ** 3(3-0-6)

(Basic Research Methods in Business)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

หลักและระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจยุคใหม่การกำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์วิจัย การทบทวนวรรณกรรม การตั้งสมมติฐาน การออกแบบงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิง

---

* รายวิชาเปิดใหม่

คุณภาพ การสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล การประเมินคุณภาพเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การตีความและสรุปผลวิจัย การเขียนรายงานตามหลักวิชาการ และการนำเสนอผลการวิจัย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและ โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลในยุคดิจิทัล

Principles and modern methods of business research. Identification of research problems and objectives. Review of literature. Formulation of hypotheses. Quantitative and qualitative research design. Construction and validation of research instruments. Data collection. Application of basic statistical techniques for data analysis. Interpretation and conclusion of research findings. Academic report writing and research presentation. Incorporating digital tools and data-analysis software.

04308411* **กลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต** 3(3-0-6)

(Organization Strategy of Future)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

แนวคิด หลักการ และกลยุทธ์ในการกำหนดทิศทางองค์กรในยุคอนาคต การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ผันผวน การใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การออกแบบโมเดลธุรกิจดิจิทัล การปรับตัวและความยืดหยุ่นเพื่อเข้ากับการเปลี่ยนแปลง การนำทีมและสื่อสารกลยุทธ์ด้วยจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Concepts, principles and strategies for setting organizational direction in future age. Analysis of volatile environments. Data-driven for stratergic decision-making. Digital business model design. Adaptation and flexibility for change management. Strategic leadership and communicating strategy with ethics and responsibility to stakeholders.

04308421* **การจัดการคุณภาพเพื่อความเป็นเลิศในการดำเนินงาน** 3(3-0-6)

(Quality Management for Operational Excellence)

คุณภาพและการจัดการคุณภาพ เครื่องมือการจัดการคุณภาพเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินงานขององค์กร การประยุกต์ใช้เครื่องมือคุณภาพ การวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง การสร้างวัฒนธรรมคุณภาพทั่วทั้งองค์การ

Quality and quality management. Quality management tools for operational excellence. Application of quality tools. Continuous process analysis and improvement. Fostering a quality culture throughout the organization.

04308422* **ภาวะผู้นำและการพัฒนาทีมงาน** 3(3-0-6)

(Leadership and Team Development)

บริบทของภาวะผู้นำในยุคสมัยใหม่ กระบวนการที่ผู้นำใช้เพื่อนำพาทีมไปสู่เป้าหมาย การสร้างแรงจูงใจ สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี การสื่อสารอย่างมี

---

* รายวิชาเปิดใหม่

ประสิทธิภาพ พัฒนาทักษะของสมาชิกในทีม คุณสมบัติ ผู้นำที่ดี การมอบหมายงานที่เหมาะสม การฝึกอบรม และการสร้างผู้ฝึกสอน เพื่อการเติบโตและบรรลุเป้าหมายของทีม

Evolving paradigms of modern leadership. Strategic processes used to guide teams toward collective goals. Driving motivation and cultivating a positive work culture through psychological safety and effective communication strategies. Essential qualities of a modern leader. Fostering skill enhancement and talent development. Empowering team members to ensure sustainable growth and achieve long-term organizational success.

04308423* **การจัดการวิกฤตและการเปลี่ยนแปลง** 3(3-0-6)
(Crisis and Change Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

แนวคิด หลักการ และกลยุทธ์ในการจัดการวิกฤตและการเปลี่ยนแปลง การตอบสนองต่อบริบทที่มีพลวัตและความไม่แน่นอน การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจภายใต้ความกดดัน การบูรณาการแนวคิดการจัดการวิกฤตกับการจัดการ การเปลี่ยนแปลง การฟื้นตัว ปรับตัว และความยืดหยุ่น จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย

Concepts, principles, and strategies of crisis and change management. Responses to dynamic and uncertain environments. Data analysis for decision-making under pressure. Integration of crisis management and change management concepts. Recovery, adaptation, and resilience. Ethics and responsibility toward stakeholders.

04308431* **การจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อความยั่งยืน** 3(3-0-6)
(Value Chain Management for Sustainability)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308101

แนวคิด หลักการ และกลยุทธ์ในการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม การบูรณาการและเพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรมหลักตลอดห่วงโซ่คุณค่า การบริหารจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนและคลังสินค้า การบริหารจัดการการเคลื่อนที่และเครือข่าย การบูรณาการการไหลของข้อมูลด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูล

Concepts, principles and strategies in value chain management. Economic, social, and environmental sustainability. Integration and optimization of core activities throughout the value chain. Management of working capital and inventory, mobility and network management. Integration of data flow with digital technology and data analytics.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด

04308157* **อัตลักษณ์ความเป็นนักวิชาชีพด้านการตลาด** 3(3-0-6)
(Marketing Professional Identity)

เส้นทางอาชีพในสายงานการตลาด การวิเคราะห์เส้นทางความก้าวหน้าในวิชาชีพ การพัฒนาอัตลักษณ์และการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล กลยุทธ์ที่ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางในการวางตำแหน่งบุคคล การใช้ข้อมูลเชิงลึกและเทคโนโลยีดิจิทัล บทบาทนักการตลาดและความรับผิดชอบ การประเมินความเหมาะสมของตนเองกับบทบาททางด้านการตลาดเฉพาะทาง การวางแผนอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและการวางแผนการพัฒนาอาชีพ

Marketing career pathways. Professional trajectory analysis self-assessment. Identity development and personal branding. Consumer-centric strategies in individual positioning. Data-driven insights and digital technology. Marketer roles and responsibilities. Self-suitability assessment for specialized marketing roles. Personal identity mapping and career development planning.

04308251* **พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล** 3(3-0-6)
(Digital Consumer Behavior)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

หลักการและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจ เส้นทางผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การประยุกต์ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การคำนึงถึงจริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และความยั่งยืน

Principles and significance of digital consumer behavior. Changes in consumer behavior in digital era. Factors influencing purchasing decisions. Processes decision-making. Consumer journeys in digital environments. Consumer behavior research and data analysis. Using digital technology, data, and artificial intelligence. Market segmentation. Target market selection. Application of consumer behavior insights. Digital marketing strategy planning. Consideration of ethics, data privacy, and sustainability.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

04308253* **การตลาดดิจิทัล** 3(3-0-6)

(Digital Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิดและการประยุกต์ใช้การตลาดในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึกการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่หลากหลาย การสื่อสารและสร้างประสบการณ์ลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล การวาง กลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์ การจัดการแบรนด์ออนไลน์ การใช้เครื่องมือดิจิทัล

Concepts and applications of marketing in rapidly changing digital era. In-depth consumerdata analysis. Utilization of diverse digital platforms. Personalized customer communication and experience design. Strategic use of social media marketing. Influencer marketing. Online brand management. Application of digital marketing tools.

04308258* **ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด** 3(3-0-6)

(English for Marketers)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

ทักษะภาษาอังกฤษด้านการสื่อสารการตลาด การสร้าง วิเคราะห์ ปรับแต่ง และนำเสนอข้อความ แคมเปญ และเนื้อหาทางการตลาดที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค ภาษาอังกฤษในการวางกลยุทธ์แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การสื่อสารข้อมูลผู้บริโภค เครื่องมือดิจิทัลสมัยใหม่ในบริบททั้งออนไลน์และออฟไลน์

English skills for marketing communication. Creating, analyzing, refining, and presenting marketing messages, campaigns and content addressing consumer needs. English for consumer-centric strategy. Customer data communication. Modern digital tools in online and offline contexts.

04308259* **การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ** 3(3-0-6)

(Entrepreneurial Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ นวัตกรรมธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การวิจัยตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การสร้างคุณค่า การจัดการส่วนประสมทางการตลาด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การปฏิบัติตามจริยธรรม

Principles, concepts, and marketing strategies for entrepreneurs. Business innovation. Market opportunity analysis. Market research.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

Market segmentation. Targeting selection. Market positioning. Value creation. Marketing mix management. Digital technology application. Ethical practices.

04308282* **กราฟฟิกและการออกแบบสื่อทางการตลาด** 3(3-0-6)
(Graphic Design for Marketing Communications)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิดและเทคนิคการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารการตลาด การสร้างเอกลักษณ์ภาพลักษณ์แบรนด์ การจัดวางองค์ประกอบภาพ การเลือกใช้สี ตัวอักษร และภาพประกอบ ที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค การผสานสื่อออฟไลน์และดิจิทัล การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการสร้าง ปรับแต่งและนำเสนอสื่อเพื่อเพิ่มการรับรู้และคุณค่าทางการตลาด

Concepts and techniques of graphic design for marketing communication. Developing brand visual identity. Composing layouts. Selecting colors. Typography and imagery response to consumer needs. Integrating offline and digital media. Leveraging digital tools to create, customize, and present media that enhance brand awareness and marketing value.

04308352* **การตลาดระหว่างประเทศ** 3(3-0-6)
(International Marketing)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

ความสำคัญและสภาพแวดล้อมของการตลาดระหว่างประเทศ บทบาทและนโยบายของรัฐ การพิจารณาการเลือกสินค้าและตลาด บรรจุภัณฑ์และการกำหนดราคา การกระจายสินค้า การเลือก ตัวแทนจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การวางแผนการตลาด ควบคุม ปัญหาและอุปสรรคในการตลาดระหว่างประเทศ

Significance and environment of international marketing. Role and policies of the state. Considerations in the selection of products and markets. Packaging and pricing. Distribution of products. Selection of distributors. Marketing promotion. Planning, control, problems, and obstacles in international marketing.

04308356* **การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด** 3(3-0-6)
(Marketing Data Analysis)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

กระบวนการเก็บ รวบรวม วิเคราะห์ และแปลความหมายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค คู่แข่ง และบริบทตลาด การวางกลยุทธ์การตลาดแบบผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง การใช้เครื่องมือเชิงสถิติ การพยากรณ์ การจำลอง

---

* รายวิชาเปิดใหม่

สถานการณ์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับกลยุทธ์ในทันกับสถานการณ์ทางการตลาดอย่างพลวัต

Process of collecting, analyzing, and interpreting data related to consumers, competitors, and market context. Consumer-centric marketing strategies. Utilizes statistical tools, forecasting, simulation, and digital technologies to adapt strategies in dynamic market situations.

04308359* **ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด** 3(3-0-6)

(Artificial Intelligence in Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิด เทคโนโลยี และการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตลาดสมัยใหม่ การวิเคราะห์ผู้บริโภค การสร้างโมเดลพยากรณ์ การปรับแต่งแคมเปญทางการตลาดแบบอัตโนมัติ การประเมินผลผ่านการขับเคลื่อนด้วยข้อมูล กิจกรรมโครงงานที่ตอบโจทย์บริบทจริง

Concepts, technologies, and applications of artificial intelligence in modern marketing. Consumer analysis. Predictive modeling. Automated marketing campaign optimization. Evaluation driven by data. Project-based activities addressing real-world contexts.

04308361* **การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์** 3(3-0-6)

(Strategic Product Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิดและหลักการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ในยุคดิจิทัล สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การจัดประเภทผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ การใช้ข้อมูลผู้บริโภค เทคโนโลยีดิจิทัล ระบบสารสนเทศ และปัญญาประดิษฐ์ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการตลาด การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน การเชื่อมโยงกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์กับส่วนประสมทางการตลาด จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน

Concepts and principles of product strategy in the digital era. Environments affecting product strategy planning. Product classification. Product analysis. Product life cycle. Product mix planning. Product management strategies. New product development. Product policy, branding, packaging, and product

---

* รายวิชาเปิดใหม่

value creation. Use of consumer data, digital technologies, information systems, and artificial intelligence. Product innovation and marketing innovation. Competitive advantage creation. Integration of product strategy with other marketing mix elements. Ethics, consumer responsibility. Sustainable product development.

04308362* **กลยุทธ์ด้านราคา** 3(3-0-6)

(Price Strategy)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิด ทฤษฎี และนโยบายด้านราคา บทบาทของราคาในการบริหารธุรกิจและการตลาดเชิงนวัตกรรม หลักเศรษฐศาสตร์และต้นทุนสำหรับการกำหนดราคา พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยทางจิตวิทยา การรับรู้คุณค่า การวิเคราะห์ข้อมูลตลาด อุปสงค์ คู่แข่งขัน และคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ กลยุทธ์การกำหนดราคาตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และส่วนประสมการตลาด กลยุทธ์ราคาสำหรับสินค้าหรูหรา การกำหนดราคาในตลาดดิจิทัล แพลตฟอร์ม และการตลาด 5.0 การใช้ข้อมูลเทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และนวัตกรรมการตลาดในการตัดสินใจด้านราคา กฎหมาย จริยธรรม ความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการกำหนดราคาที่ยั่งยืน

Concepts, theories, and pricing policies. Role of price in business management and innovative marketing. Economic principles and cost analysis for pricing. Consumer behavior. Psychological factors. Value perception. Market data, demand, competitor, and customer value analysis. Pricing strategies across product life cycle and marketing mix. Pricing strategies for luxury products. Pricing in digital markets, platform, and Marketing 5.0. Application of data digital technology, artificial intelligence, and marketing innovation in pricing decisions. Law, ethics, consumer fairness. Social and environmental responsibility. Sustainable pricing.

04308363* **การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์** 3(2-2-5)

(Strategic Marketing Planning)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

การออกแบบแผนการตลาดให้ทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การประเมินโอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

Design marketing plan that is aligned with the development of digital technology and artificial intelligence. Analysis of internal and

---

* รายวิชาเปิดใหม่

external environment. Assessment of business opportunities and barriers. Application of digital technology and artificial intelligence. Creation of competitive advantage.

04308364* **การจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา** 3(3-0-6)

(Luxury Products Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรูหรา แนวคิดและลักษณะเฉพาะของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหราในยุคดิจิทัล สภาพแวดล้อมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หรูหรา การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคระดับพรีเมียมและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หรูหรา ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา การสร้างคุณค่าให้ตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ และประสบการณ์ของแบรนด์ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค การใช้ข้อมูลลูกค้า เทคโนโลยีดิจิทัล ระบบสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์เพื่อสนับสนุนการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา การพัฒนานวัตกรรมการตลาดและประสบการณ์ลูกค้า จริยธรรมในการจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา ความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดการผลิตภัณฑ์หรูหราอย่างยั่งยืน

General knowledge of luxury products. Concepts and distinctive characteristics of luxury product markets in digital era. Marketing environments of luxury products. Analysis of premium and luxury consumer behavior. Luxury marketing mix. Luxury brand value creation. Brand identity, image, and experience. Customer relationship management. Use of customer data, digital technologies, information systems, and artificial intelligence to support luxury product marketing. Marketing innovation and customer experience development. Ethics in luxury product management. Social responsibility and sustainable luxury product management.

04308365* **กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล** 3(3-0-6)

(Branding Strategy in Digital Age)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

หลักการ แนวคิด และกระบวนการวางกลยุทธ์ตราสินค้าในบริบทของตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ภาพลักษณ์และการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแบรนด์ การกำหนดตำแหน่งตราสินค้า การพัฒนาเอกลักษณ์ของแบรนด์ การสร้างคุณค่าตราสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล การบริหารความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้บริโภค การจัดการชื่อเสียงแบรนด์ในโลกออนไลน์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารตราสินค้า

---

* รายวิชาเปิดใหม่

Principles, concepts, and processes of brand strategy in context of digital marketing. Analyzing consumer image and perception of brand. Brand positioning. Brand identity development. Brand equity creation through digital media. Managing long-term relationships with consumers. Managing brand reputation in online context. Using of digital technology in brand management.

04308371* **การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่** 3(3-0-6)

(Modern Marketing Channel Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิด บทบาท และโครงสร้างของช่องทางการตลาด การคัดเลือกและบริหารคนกลาง นโยบายราคาและการจัดการความขัดแย้งในช่องทาง เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง และข้อมูลขนาดใหญ่ กลยุทธ์การผลักและดึง การบริหารโลจิสติกส์ ช่องทางแบบบูรณาการ การประเมินประสิทธิภาพช่องทาง จริยธรรมในช่องทางการตลาด กรณีศึกษา และการจัดทำแผนกลยุทธ์ช่องทางการตลาดสมัยใหม่

Concepts, roles and structures of marketing channels. Intermediary selection and management. Pricing policies and channel conflict management. Artificial intelligence. Internet of things and big data. Push and pull strategies. Logistics management. Omnichannel management. Channel performance evaluation. Ethics in marketing channels. Case studies and modern marketing channel strategic planning.

04308372* **การจัดซื้อจัดหา** 3(3-0-6)

(Procurement)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

บทบาทและความสำคัญของการจัดซื้อจัดหา โครงสร้างและกระบวนการจัดซื้อ กลยุทธ์การจัดซื้อ การกำหนดความต้องการและปริมาณการสั่งซื้อ การคัดเลือกผู้จัดจำหน่าย การจัดทำสัญญา กฎหมายและความเสี่ยง การวิเคราะห์ข้อมูล ต้นทุน และราคาเพื่อการตัดสินใจ เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และระบบสารสนเทศเพื่อการจัดซื้อ การจัดซื้ออย่างยั่งยืน การจัดซื้อระหว่างประเทศ กรณีศึกษาทางธุรกิจ และระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

Roles and importance of procurement. Procurement structures and processes. Procurement strategies. Requirements and order quantities. Supplier selection. Contracts. Legal issues and risks. Analysis of data, cost and price for decision making. Digital technology, artificial intelligence and information systems for

* รายวิชาเปิดใหม่

procurement. Sustainable procurement. International procurement. Business case studies and government procurement systems.

04308373* **การจัดการการขาย** 3(3-0-6)

(Sales Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

บทบาทของการขายในระบบการตลาดสมัยใหม่ การบริหารทีมขาย กระบวนการขายและพฤติกรรมผู้ซื้อ การวางแผนและกำหนดเป้าหมายการขาย การจัดการเขตขาย การเจรจาต่อรองและการปิดการขาย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การประเมินผลการขาย การวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายและลูกค้า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในงานขาย กฎหมายและจริยธรรมในการขาย การขายแบบบูรณาการ กรณีศึกษาและโครงงานด้านการจัดการการขาย

Roles of sales in modern marketing systems. Sale force management. Sales process and buyer behavior. Sale planning and target setting. Territory management. Negotiation and closing techniques. Customer relationship management. Sale performance evaluation. Sales and customer data analysis. Digital technology and artificial intelligence in sales. Laws and ethics in sales. Omnichannel sales. Sale management case studies and project.

04308374* **การค้าปลีกสมัยใหม่** 3(3-0-6)

(Modern Retailing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิด บทบาท และวิวัฒนาการของการค้าปลีกสมัยใหม่ รูปแบบธุรกิจค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดการสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การตั้งราคา การส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และนวัตกรรมการตลาดในการจัดการค้าปลีก จริยธรรมความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และแนวทางการค้าปลีกอย่างยั่งยืน

Concepts, roles and evolution of modern retailing. Retail business formats. Location selection. Merchandise management. Inventory management. Pricing, sale promotion, customer service, and customer relationship management. Application of digital technology, artificial intelligence and marketing innovation in retail management. Ethic consumer responsibility and sustainable retailing.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

04308375* **ศิลปะการขายสมัยใหม่** 3(3-0-6)

(Modern Salesmanship)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

หลักและกระบวนการขายสมัยใหม่ในธุรกิจนวัตกรรม การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมลูกค้า การสร้างคุณค่าและแรงจูงใจในการซื้อ การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ตลาด คู่แข่งขัน และโอกาสการขาย การขายเชิงที่ปรึกษาและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์สนับสนุนงานขาย การสื่อสารและการนำเสนอคุณค่า การเจรจาต่อรอง การจัดการข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การบริการหลังการขาย การวัดผลการขาย จริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และความรับผิดชอบต่อลูกค้า สังคม และสิ่งแวดล้อมในงานขาย

Principles and processes of modern salesmanship in business innovation. Buying decisions and customer behavior. Value creation and buying motivation. Approaches to target customers. Analysis of customer, market, competitor, and sales opportunity data. Consultative selling and customer relationship building. Using digital technology and generative artificial intelligence to support sales. Sale communication and value presentation. Negotiation. Objection handling. Closing. After-sales service. Sales performance measurement. Ethics. Data privacy. Responsibility toward customers, society and the environment in sales.

04308381* **การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่** 3(3-0-6)

(Modern Integrated Marketing Communication)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด การผสมผสานเครื่องมือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล ประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การตลาดดิจิทัล การจัดกิจกรรมและการสร้างประสบการณ์ การสร้างการรับรู้ตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า การกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อ แคมเปญ แบบบูรณาการในบริบทของตลาดยุคใหม่

Integrated marketing communication strategies. Integrated tools. Advertising. Sales. Promotion. Personal selling. Public relations. Direct marketing. Digital marketing. Event and experiential marketing. Brand awareness building. Brand image. Purchase behavior simulation. Integrated campaigns in a modern market context.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

04308383* **จริยธรรมทางการตลาด** 3(3-0-6)

(Marketing Ethics)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิดและหลักการของจริยธรรมทางการตลาด ความสำคัญ ของจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจยุคดิจิทัล จริยธรรมทางการตลาดของสถาบันทางธุรกิจ ปัจจัยที่กำหนดจริยธรรมทางการตลาด จริยธรรมต่อผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสีย จริยธรรมกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด จริยธรรมกับการวิจัยการตลาด การใช้ข้อมูลผู้บริโภคและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จริยธรรมในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ อินฟลูเอนเซอร์และปัญญาประดิษฐ์ ปัญหาและข้อโต้แย้งในการนำจริยธรรมทางการตลาดความรับผิดชอบต่อสังคม การตลาดอย่างยั่งยืน และการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Concepts and principles of marketing ethics. Importance of ethics in digital business. Marketing ethics of business institutions. Factors influencing marketing ethics. Ethics toward consumers and stakeholders. Ethics in marketing strategy formulation. Ethics in marketing research. Using consumer data and personal data protection. Ethics in digital marketing communication. Social media. Influencer marketing. Artificial intelligence. Issues and debates in application of marketing ethics. Social responsibility. Sustainable marketing and business operations that consider social and environmental impacts.

04308384* **การตลาดยั่งยืน** 3(3-0-6)

(Sustainable Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิดของการตลาดที่เชื่อมโยงกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งเสริมความยั่งยืนในด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตราสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาด การพัฒนาที่ยั่งยืน การวางแผนและการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคม

Concept of marketing linked to social and environmental responsibility. Application of marketing strategies that promote sustainability in products or services. Branding. Pricing. Distribution channels and marketing communications. Sustainable development. Ethical planning and decision-making. Creating shared value between business and society.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

04308385* **การบริหารลูกค้าสัมพันธ์** 3(3-0-6)

(Customer Relationship Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

กระบวนการทางการตลาดในการรักษาลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้าใหม่ การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า การออกแบบโปรแกรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าและประสบการณ์ลูกค้า การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าและปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อสร้างโปรแกรมการตลาดอย่างมีจริยธรรมสำหรับธุรกิจสมัยใหม่

Marketing process of retaining existing customers and acquiring new customers. Building long-term relationships with clients. Designing marketing programs to understand customer behavior and customer experiences. Managing customer databases and adaptaion of digital technologies and artificial intelligence to create ethical marketing programs for modern businesses.

04308386* **กลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการโปรโมตและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่** 3(2-2-5)

(Creative Strategies for Promotion and Modern Event Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิดและกระบวนการของกลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่ การวิเคราะห์ผู้บริโภค ตลาด ตราสินค้าและการแข่งขัน การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสร้างสรรค์ เครื่องมือส่งเสริมการตลาด และสื่อที่เหมาะสม การออกแบบกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของลูกค้า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ในงานส่งเสริมการตลาด การวัดผล จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Concepts and processes of creative strategies for promotion and modern event marketing. Analysis of consumers, markets, brands, and competition. Determination of objectives, target groups, creative concepts, promotion tools, and appropriate media. Design of events that create customer experience and engagement. Use of digital technology and generative artificial intelligence in promotion. Measurement, ethic and social and environmental responsibility.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

04308387* **การโฆษณา** 3(3-0-6)

(Advertising)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิด บทบาท และกระบวนการของการโฆษณาในบริบทการตลาดยุคใหม่ การวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสาร การเลือกใช้สื่อ การสร้างสรรค์ข้อความโฆษณาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้เครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบและวิเคราะห์ผลโฆษณา การพิจารณาประเด็นจริยธรรมในงานโฆษณา

Concepts, roles, and processes of advertising in modern marketing context. Strategic communication planning. Media selection. Advertising message creation align with target audiences. Using of digital tools and artificial intelligence in advertising design and advertising performance analysis. Ethical consideration in advertising practices.

04308454* **การจัดการนวัตกรรมการตลาด** 3(3-0-6)

(Innovation Marketing Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิดการจัดการนวัตกรรมการตลาด บทบาทและหน้าที่ผู้จัดการการตลาด นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์ การวางแผน การควบคุม การจัดองค์การ แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต

Concepts of innovation marketing management. Roles and functions of marketing manager. Policy and strategy of product, price, Marketing channels and promotional strategies. Analysis. Planning. Controlling. Organizing. Trends in future market management.

04308455* **การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์** 3(3-0-6)

(Sales Forecasting and Strategic Analysis)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิดและกระบวนการพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ แหล่งข้อมูลและการเตรียมข้อมูลยอดขาย การวิเคราะห์แนวโน้ม ฤดูกาล ความผันผวน และปัจจัยที่มีผลต่อยอดขาย เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวัดความคลาดเคลื่อนและการเลือกแบบจำลอง การใช้ผลพยากรณ์ในการกำหนดเป้าหมายการขาย แผนการตลาด และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการพยากรณ์ การสื่อสารผลการวิเคราะห์และจริยธรรมการใช้ข้อมูลทางธุรกิจ

---

* รายวิชาเปิดใหม่

Concepts and processes of sales forecasting and strategic analysis. Data sources and sales data preparation. Analysis of trends, seasonality, volatility, and factors affecting sales. Qualitative and quantitative forecasting techniques. Forecast error measurement and model selection. Using forecasts in setting sales targets, marketing plans, and strategic decisions. Application of digital technology and artificial intelligence in forecasting. Communication of analytical results and ethics in business data use.

04308466* **การตลาดธุรกิจบริการ** 3(3-0-6)

(Service Business Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

แนวคิดและลักษณะเฉพาะของบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคในภาคบริการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การออกแบบประสบการณ์ลูกค้า การจัดการคุณภาพบริการ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจและความภักดี การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลในธุรกิจบริการ การตลาดบริการผ่านช่องทางดิจิทัลและช่องทางแบบบูรณาการ การตลาดบริการในธุรกิจบริการ แผนการตลาดบริการ

Concepts and characteristics of services. Consumer behavior in service sectors. Service marketing mix. Customer experience design. Service quality management. Customer relationship management. Customer satisfaction and loyalty. Use of technology and data in service businesses. Service marketing through digital and omnichannel channels. Service marketing in service industries. Service marketing plan.

04308476* **หลักการจัดการโลจิสติกส์สมัยใหม่** 3(3-0-6)

(Principles of Modern Logistics Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

หลักการและความสำคัญของโลจิสติกส์ทางการตลาด บทบาทในห่วงโซ่อุปทาน การวางแผนอุปสงค์ อุปทาน และการผลิต การบริหารสินค้าคงคลัง การขนส่ง ตารางเวลาและเส้นทาง การจัดการต้นทุน ประสิทธิภาพ และความเสี่ยง เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ ข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบสารสนเทศและระบบติดตามการขนส่ง โลจิสติกส์อย่างยั่งยืน การวิเคราะห์และประเมินระบบโลจิสติกส์ โครงงานด้านโลจิสติกส์

Principles and importance of marketing logistic. Roles in supply chains. Demand, supply and production planning. Inventory management. Transportation. Scheduling and route planning. Cost,

---

* รายวิชาเปิดใหม่

performance and risk management. Digital technology. Artificial intelligence. Big data. Logistics information and tracking systems. Sustainable logistics. Logistics system analysis and evaluation. Logistics projects.

04308491* **ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่** 3(3-0-6)
(Basic Methods of Modern Marketing Research)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางนวัตกรรมธุรกิจ แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบวิจัย การตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถาม การวิเคราะห์และตีความข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การเขียนรายงานและการเสนอผลการวิจัย

Principles and research methods in Business Innovation in Marketing Innovation. 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.

04308499* **การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดสมัยใหม่** 3
(Professional Internship in Modern Marketing)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308102

การฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงด้านการตลาดสมัยใหม่ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ หรือ 200 ชั่วโมง การประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการตลาด กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การสื่อสารการตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การจัดทำรายงานและสะท้อนผลการเรียนรู้จากประสบการณ์วิชาชีพ

Practical training in real workplace related to modern marketing for not less than 8 weeks or 200 hours. Application of Marketing Knowledge. Digital marketing strategies. Marketing communication. Customer relationship management. Marketing data analysis. Digital technology and artificial intelligence. Preparation of reports and reflection on professional learning.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

- กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา สัมมนา และปัญหาพิเศษ

04308390* **เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา** 1(1-0-2)

(Cooperative Education Preparation)

หลักการ แนวคิด และกระบวนการของสหกิจศึกษา ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ความรู้พื้นฐานและเทคนิคในการสมัครงานอาชีพ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน การสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ ระบบการบริหาร คุณภาพในสถานประกอบการ เทคนิคการนำเสนอ การเขียนรายงาน

Principles, concepts and processes of cooperative education. Related rules and regulations. Basic knowledge and techniques in job application. Basic knowledge and techniques in working. Communication and human relations. Personality development. Quality management system in workplace. Presentations techniques. Report writing.

04308490* **สหกิจศึกษา** 6

(Cooperative Education)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04308390

การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงงานที่ได้รับมอบหมายตลอดจนการจัดทำรายงานและการนำเสนอ

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

04308497* **สัมมนา** 1

(Seminar)

การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางนวัตกรรมธุรกิจในระดับปริญญาตรี

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

04308498* **ปัญหาพิเศษ** 3

(Special Problems)

การศึกษาค้นคว้าทางนวัตกรรมธุรกิจระดับปริญญาตรี และเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน

Study and research in business innovation at the bachelor's degree level and compile into a written report.

---

* รายวิชาเปิดใหม่

3.5.2 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชานอกหลักสูตร

04302111 **หลักการบัญชีขั้นต้น** 3(2-2-5)

(Principles of Accounting)

ความหมายและวัตถุประสงค์ของการบัญชี การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี แนวคิดทางการบัญชี สมการบัญชี การวิเคราะห์รายการค้า การบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีคู่ การบันทึกรายการในสมุดรายวัน การผ่านรายการบัญชีแยกประเภท รายการปรับปรุงและปิดบัญชี กระดาษทำการ งบการเงิน การจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจบริการและธุรกิจพาณิชยกรรม ภาษีมูลค่าเพิ่ม เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี

Meaning and objectives of accounting. Utilization of accounting information. Accounting concepts. Accounting equation. Business transaction analysis. Recording transactions based on double-entry accounting principles. Journal transactions. Posting journal entries to ledger. Adjusting entries and closing entries. Working papers. Financial statements. Accounting for service and commercial business. Value-added tax. Cash and cash equivalents. Code of ethics for the accounting profession.

04302112 **การบัญชีขั้นกลาง I** 3(3-0-6)

(Intermediate Accounting I)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04302111

หลักการและแนวปฏิบัติทางการบัญชีเกี่ยวกับสินทรัพย์ การจัดประเภท การรับรู้รายการ การวัดมูลค่าและการตีราคา การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์ประกอบด้วย ลูกหนี้ ตั๋วเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุนที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ต้นทุนการกู้ยืม อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ค่าเสื่อมราคาและการด้อยค่าของสินทรัพย์ สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนถือไว้เพื่อขาย ทรัพยากรทางธรรมชาติ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

Accounting principles and practices relating to assets. Classification. Recognition. Measurement and valuation. Presentation and disclosure of assets including receivables, note receivables, inventory, investment, property plant, equipment, borrowing costs, investment property, depreciation and impairment of assets, non-current assets held for sale, natural resources, intangible assets.

04302171 **การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ** 3(3-0-6)

(Accounting for Entrepreneurial Decision Making)

ความหมายและความสำคัญของการบัญชี การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี บทบาทการบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน การนำเสนอ งบการเงิน สมการบัญชี วงจรบัญชี การวิเคราะห์งบการเงิน

เบื้องต้น แนวคิดและประเภทของต้นทุน การใช้ข้อมูลทางบัญชีในการวางแผนและการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการ

Meaning and importance of accounting. Utilization of accounting information. Role of accounting for entrepreneurs. Conceptual framework for financial reporting. Presentation of financial statements. Accounting equation. Accounting cycle. Basic financial statement analysis. Concepts and types of costs. Application of accounting information in planning and decision-making for entrepreneurs.

04302211 **การบัญชีขั้นกลาง II** 3(3-0-6)

(Intermediate Accounting II)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 04302111

หลักการทางการบัญชีสำหรับรายการหนี้สินและส่วนของเจ้าของ การรับรู้รายการและ การวัดมูลค่า การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูล กำไรต่อหุ้น ผลประโยชน์ของพนักงาน งบการเงินระหว่างกาล การนำเสนองบการเงิน งบกระแสเงินสด เหตุการณ์ภายหลังรอบระยะเวลารายงาน นโยบายบัญชี การเปลี่ยนแปลงประมาณการทางบัญชีและข้อผิดพลาด

Accounting principles for liabilities and owners 'equity. Recognition and measurement. Presentation and disclosure. Earnings per share. Employee benefits. Interim financial statement. Financial statement presentation. Statement of cash flow. Events after the reporting period. Accounting policies. Changes in accounting estimates and errors.

04305211 **การจัดการทางการเงิน I** 3(3-0-6)

(Financial Management I)

หลักการเบื้องต้นเกี่ยวกับการเงินธุรกิจ มูลค่าเงินตามเวลา การจัดทำงบประมาณลงทุน ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุน การจัดการเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการวิเคราะห์บริษัท หลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนและธรรมมาภิบาลของบริษัทจดทะเบียน

Principles of financial management. Time value of money. Capital budgeting. Fundamentals of capital structure. Working capital management for firm evaluating. Principles of sustainable development and corporate governance of listed companies.

04305212 **การบริหารการเงินส่วนบุคคล** 3(3-0-6)

(Personal Financial Management)

แนวคิดการบริหารการเงินส่วนบุคคล การกำหนดเป้าหมายทางการเงินในแต่ละช่วงชีวิตของแต่ละบุคคล การจัดทำงบการเงินส่วนบุคคล การวางแผนการบริโภค การวางแผนภาษี การวางแผนประกันภัย การวางแผนการลงทุน การวางแผนเกษียณอายุและการส่งต่อความมั่งคั่ง

Concept of personal financial management. Setting financial goals for each stage of an individual's life. Preparation of personal financial statements. Consumption planning. Tax planning. Insurance planning. Investment planning. Retirement planning and wealth transfer.

04305314 **การจัดการสินเชื่อ** 3(3-0-6)

(Credit Management)

ลักษณะและบทบาทการบริหารสินเชื่อ การกำหนดนโยบายสินเชื่อ ข้อมูลสินเชื่อและแหล่งที่มาของข้อมูล การวิเคราะห์สินเชื่อเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การกำหนดวงสินเชื่อ ประเมินความเสี่ยงของสินเชื่อ นโยบายการเรียกเก็บและติดตามหนี้ หนี้ที่มีปัญหาและการปรับโครงสร้างหนี้ การบริหารสินเชื่อต่างประเทศ

Types and roles and credit management. Credit policy decisions. Credit data and sources of data. Qualitative and quantitative credit analysis. Setting a credit limit. Credit risk assessment. Debt collection policies. Bad debts and debt restructuring. Foreign credit management.

04305321 **การบริหารการเงินระหว่างประเทศ** 3(3-0-6)

(International Financial Management)

การบริหารและการลงทุนทางการเงินของกิจการในปัจจุบันที่มีการเชื่อมโยงทั่วโลก ระบบอัตราแลกเปลี่ยน การป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

Financial and investment management of the firms that operate globally. Foreign exchange rate system, Exchange rate risk management.

04305331 **สถาบันและตลาดทางการเงิน** 3(3-0-6)

(Financial Institutions and Markets)

การจัดการงานของสถาบันการเงินชนิดต่าง ๆ โดยพิจารณาถึงองค์การและการดำเนินงานของสถาบันการเงินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ จัดแยกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติธนาคารประเภทต่าง ๆ เงินทุนระหว่างประเทศ ประเภทบริษัทตลาดหุ้นและสมาคมต่าง ๆ ที่จัดตั้งขึ้น

Nature and operations of financial markets and institutions classified by function. Financial intermediaries: an overview, commercial banks, thrift and insurance intermediaries, other non-bank financial intermediaries.

3.6 ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาที่คาดหวังแต่ละชั้นปีสู่ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี			
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4
	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา
PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	วิชาแกน 04308101 04308102 04308111	วิชาแกน 04308201 04308202 04308204 04308205		
	วิชาเฉพาะบังคับ 04308157	วิชาเฉพาะบังคับ 04308212 04308213 04308251	วิชาเฉพาะบังคับ 04308311 04308312 04308313 04308315 04308316 04308317 04308352 04308361 04308362 04308371 04308383 04308391	วิชาเฉพาะบังคับ 04308454 04308455 04308498
		วิชาเฉพาะเลือก 04308221 04308222 04308231 04308241 04308259 04308282	วิชาเฉพาะเลือก 04308321 04308322 04308323 04308332 04308333 04308341 04308342 04308363 04308364 04308372 04308373 04308374 04308375 04308385	วิชาเฉพาะเลือก 04308421 04308466 04308476

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี			
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4
	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา
PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	วิชาแกน 04302171 04308101 04308102 04308111	วิชาแกน 04305211 04308201 04308202 04308203 04308204 04308205		
	วิชาเฉพาะบังคับ 04308157	วิชาเฉพาะบังคับ 04308213 04308251 04308253	วิชาเฉพาะบังคับ 04308311 04308312 04308313 04308314 04308315 04308316 04308317 04308361 04308362 04308371 04308383 04308391	วิชาเฉพาะบังคับ 04308411 04308454 04308455 04308491 04308497 04308498
		วิชาเฉพาะเลือก 04308221 04308222 04308231 04308241 04308259	วิชาเฉพาะเลือก 04308321 04308322 04308332 04308333 04308341 04308342 04308356 04308359 04308363 04308364 04308365 04308372 04308373 04308374 04308375 04308385 04308386 04308387	วิชาเฉพาะเลือก 04308421 04308423 04308431 04308466 04308476 04308499

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี			
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4
	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา
PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	วิชาแกน 04302171 04308102	วิชาแกน 04308201 04308202		
		วิชาเฉพาะบังคับ 04308213 04308251 04308253	วิชาเฉพาะบังคับ 04308311 04308313 04308316 04308352 04308361 04308362 04308371 04308381 04308383 04308391	วิชาเฉพาะบังคับ 04308411 04308455 04308491 04308497 04308498
		วิชาเฉพาะเลือก 04308221 04308222 04308231 04308259	วิชาเฉพาะเลือก 04308322 04308331 04308341 04308359 04308363 04308364 04308365 04308372 04308373 04308374 04308385 04308386 04308387	วิชาเฉพาะเลือก 04308421 04308422 04308423 04308466 04308476 04308499

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี			
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4
	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา
PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสารพร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้	วิชาแกน 04308101 04308102			
		วิชาเฉพาะบังคับ 04308211 04308212 04308251	วิชาเฉพาะบังคับ 04308313 04308314 04308361 04308362 04308371 04308381 04308383 04308391	วิชาเฉพาะบังคับ 04308411 04308454 04308491 04308497 04308498
		วิชาเฉพาะเลือก 04308221 04308222 04308241 04308258 04308259	วิชาเฉพาะเลือก 04308331 04308332 04308342 04308356 04308359 04308364 04308372 04308373 04308374 04308375 04308384 04308385 04308386	วิชาเฉพาะเลือก 04308422 04308423 04308431 04308466 04308476 04308499

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้แต่ละชั้นปี			
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4
	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา	รหัสวิชา
PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	วิชาแกน 04308102	วิชาแกน 04308203 04308204		
		วิชาเฉพาะบังคับ 04308211 04308251 04308253	วิชาเฉพาะบังคับ 04308314 04308352 04308361 04308362 04308371 04308383	วิชาเฉพาะบังคับ 04308491 04308498
		วิชาเฉพาะเลือก 04308258 04308259 04308282	วิชาเฉพาะเลือก 04308323 04308364 04308365 04308372 04308373 04308374 04308375 04308384 04308386 04308387	วิชาเฉพาะเลือก 04308422 04308431 04308466 04308476 04308499
PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาหรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้(แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)			วิชาเฉพาะเลือก 04308390	วิชาเฉพาะเลือก 04308490

3.7 ความหมายของเลขรหัสประจำวิชา

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ ประกอบด้วยเลข 8 หลัก มีความหมายดังนี้

เลขลำดับที่	1-2 (04)	หมายถึง	วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
เลขลำดับที่	3-5 (308)	หมายถึง	สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
เลขลำดับที่	6	หมายถึง	ระดับชั้นปี
เลขลำดับที่	7	มีความหมายดังนี้	
	0	หมายถึง	กลุ่มวิชาแกน
	1	หมายถึง	กลุ่มวิชาการจัดการทั่วไป
	2	หมายถึง	กลุ่มวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การประกอบการ และการจัดการความรู้
	3	หมายถึง	กลุ่มวิชาเชิงปริมาณ
	4	หมายถึง	กลุ่มวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ
	5	หมายถึง	กลุ่มวิชาการตลาดทั่วไป
	6	หมายถึง	กลุ่มวิชาผลิตภัณฑ์และราคา
	7	หมายถึง	กลุ่มวิชาการจัดจำหน่าย
	8	หมายถึง	กลุ่มวิชาการส่งเสริมการตลาด
	9	หมายถึง	กลุ่มวิชา ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ วิจัย สัมมนา ปัญหาพิเศษ สหกิจศึกษา
เลขลำดับที่	8	หมายถึง	ลำดับวิชาในแต่ละกลุ่ม

3.8 แผนการศึกษา

3.8.1 แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ

3.8.1.1 แผนการศึกษาแบบไม่เรียนวิชาสหกิจศึกษา

ปีที่ 1	ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308101	การจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308111	เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
01999111	เกษตรศาสตร์สร้างศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
	วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน	2(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	3(- -)
	รวม	16(- -)

ปีที่ 1	ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04302171	การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
04308102	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน	2(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	6(- -)
	รวม	17(- -)

ปีที่ 2	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308205	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
04308201	นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น	3(3-0-6)
04308202	การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)
04308211	การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่	3(3-0-6)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 2	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04305211	การจัดการทางการเงิน I	3(3-0-6)
04308203	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
04308204	ดิจิทัลทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308212	การสื่อสารองค์การในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
04308213	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดการ	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 3	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308311	การวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308312	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308313	การจัดการโครงการ	3(3-0-6)
04308314	ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 3	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308315	การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308391	ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308316	ความคิดสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม	3(3-0-6)
04308317	ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 4	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308411	กลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต	3(3-0-6)
04308497	สัมมนา	1
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	13(- -)

ปีที่ 4	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	12(- -)

3.8.1.2 แผนการศึกษาแบบเรียนวิชาสหกิจศึกษา

ปีที่ 1	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308101	การจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308111	เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
01999111	เกษตรศาสตร์สร้างศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
	วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน	2(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	3(- -)
	รวม	16(- -)

ปีที่ 1	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04302171	การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
04308102	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน	2(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	6(- -)
	รวม	17(- -)

ปีที่ 2	ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308205	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
04308201	นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น	3(3-0-6)
04308202	การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)
04308211	การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่	3(3-0-6)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 2	ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04305211	การจัดการทางการเงิน I	3(3-0-6)
04308203	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
04308204	ดิจิทัลทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308212	การสื่อสารองค์การในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)
04308213	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดการ	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 3	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308311	การวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308312	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308313	การจัดการโครงการ	3(3-0-6)
04308314	ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 3	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308315	การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308391	ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308316	ความคิดสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม	3(3-0-6)
04308317	ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 4	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308411	กลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต	3(3-0-6)
04308497	สัมมนา	1
04308498	ปัญหาพิเศษ	3
04308390	เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1(1-0-2)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	16(- -)

ปีที่ 4	**ภาคการศึกษาที่** 1	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308490	สหกิจศึกษา	6
	รวม	6

3.8.2 แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด

3.8.2.1 แผนการศึกษาแบบไม่เรียนวิชาสหกิจศึกษา

ปีที่ 1	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308157	อัตลักษณ์ความเป็นนักวิชาชีพด้านการตลาด	3(3-0-6)
04308101	การจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308111	เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
01999111	เกษตรศาสตร์สร้างศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
	วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน	2(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	3(- -)
	รวม	19(- -)

ปีที่ 1	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04302171	การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
04308102	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน	2(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	6(- -)
	รวม	17(- -)

ปีที่ 2	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308205	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
04308201	นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น	3(3-0-6)
04308202	การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)
04308251	พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล	3(3-0-6)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 2	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04305211	การจัดการทางการเงิน I	3(3-0-6)
04308203	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
04308204	ดิจิทัลทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308361	การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)
04308253	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 3	ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308371	การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308362	กลยุทธ์ด้านราคา	3(3-0-6)
04308381	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308383	จริยธรรมทางการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	15(- -)

ปีที่ 3	ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308352	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
04308491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	12(- -)

ปีที่ 4	ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308454	การจัดการนวัตกรรมการตลาด	3(3-0-6)
04308455	การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
04308497	สัมมนา	1
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	13(- -)

ปีที่ 4	ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	12(- -)

3.8.2.2 แผนการศึกษาแบบเรียนวิชาสหกิจศึกษา

ปีที่ 1	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308157	อัตลักษณ์ความเป็นนักวิชาชีพด้านการตลาด	3(3-0-6)
04308101	การจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308111	เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
01999111	เกษตรศาสตร์สร้างศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
	วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน	2(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุ ในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	3(- -)
	รวม	19(- -)

ปีที่ 1	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04302171	การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ	3(3-0-6)
04308102	หลักการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน	2(- -)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุ ในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	6(- -)
	รวม	17(- -)

ปีที่ 2	ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308205	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
04308201	นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น	3(3-0-6)
04308202	การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน	3(3-0-6)
04308251	พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล	3(3-0-6)
	รายวิชาศึกษาทั่วไปที่พัฒนาสมรรถนะตามที่ระบุในผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 2	ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04305211	การจัดการทางการเงิน I	3(3-0-6)
04308203	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	3(3-0-6)
04308204	ดิจิทัลทางธุรกิจ	3(3-0-6)
04308361	การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3(3-0-6)
04308253	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 3	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308371	การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308362	กลยุทธ์ด้านราคา	3(3-0-6)
04308381	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่	3(3-0-6)
04308383	จริยธรรมทางการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	18(- -)

ปีที่ 3	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308352	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
04308491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	12(- -)

ปีที่ 4	**ภาคการศึกษาที่ 1**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308454	การจัดการนวัตกรรมการตลาด	3(3-0-6)
04308455	การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
04308497	สัมมนา	1(1-0-2)
04308498	ปัญหาพิเศษ	3
04308390	เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1(1-0-2)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	3(- -)
	รวม	17(- -)

ปีที่ 4	**ภาคการศึกษาที่ 2**	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
04308490	สหกิจศึกษา	6
	รวม	6

4. การจัดการกระบวนการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร กลยุทธ์และวิธีการประเมินผลการจัดการเรียนรู้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ จัดกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง การบูรณาการความรู้ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเตรียมความพร้อมให้นิสิตมีทักษะและความรู้ที่จำเป็นในโลกธุรกิจ โดยการฝึกงานในองค์กรจริง ทำให้นิสิตสามารถนำทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ ในการทำงานได้ ส่วนการบูรณาการความรู้จากสาขาต่าง ๆ เพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการแก้ปัญหาในทางธุรกิจได้อย่างรอบด้าน การเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในและนอกห้องเรียนช่วยให้นิสิตสามารถพัฒนาทักษะต่อเนื่องและปรับตัวได้ในโลกที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้หลักสูตรยังส่งเสริมการเรียนรู้ที่เน้นทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้นิสิตสามารถพัฒนาธุรกิจและสร้างมูลค่าให้กับสังคมและเศรษฐกิจในอนาคตได้อย่างยั่งยืน ในแต่ละรายวิชาได้การออกแบบผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชาและกิจกรรมการเรียนรู้ให้มีความหลากหลายเพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการเพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร โดยมีการกำหนดกลยุทธ์และวิธีการประเมินผลการจัดการเรียนรู้ เป็นดังนี้

ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร กลยุทธ์และวิธีการประเมินผลการจัดการเรียนรู้
แผนการเรียนแบบปกติ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล การจัดการเรียนรู้
PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	การจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ โดยใช้เครื่องมือการเรียนรู้ที่หลากหลาย 1. การเรียนรู้แบบบูรณาการ การออกแบบการเรียนการสอนที่ผสมผสานนวัตกรรมธุรกิจและศาสตร์อื่น ๆ เพื่อให้นิสิตได้เข้าใจและเชื่อมโยงกระบวนการทางธุรกิจ 2. การใช้เครื่องมือการเรียนรู้อื่น ๆ เช่น การตอบคำถาม การอภิปรายกรณีศึกษา การทำแบบทดสอบในชั้นเรียน การค้นคว้า และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3. การค้นคว้า สืบค้น และการฝึกปฏิบัติในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน	วิธีการประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียนมีทั้งการประเมินความก้าวหน้า และการประเมินผลสรุปรวม การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละภาคการศึกษา ได้แก่ 1. การประเมินจากการสอบ การสอบย่อย 2. การประเมินจากรายงาน และการนำเสนอผลงาน โดยพิจารณาจากความสามารถในการสื่อสารข้อมูลและการอธิบายผลการวิเคราะห์ทางนวัตกรรมธุรกิจให้ง่ายต่อการเข้าใจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล การจัดการเรียนรู้
PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	1. การเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้เพื่อใช้ในการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจในสถานการณ์ต่าง ๆ 2. การตอบคำถาม การอภิปรายกรณีศึกษา การทำแบบทดสอบ การศึกษาค้นคว้า และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งในและนอกชั้นเรียน 3. การสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือทางธุรกิจในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ	วิธีการประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียนมีทั้งการการประเมินความก้าวหน้า และการประเมินผลสรุปรวม การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละภาคการศึกษา ได้แก่ 1. การประเมินจากการสอบ การสอบย่อย ที่เน้นทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจและการแก้ไขปัญหาจริง 2. การประเมินจากรายงาน และการนำเสนอผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้นวัตกรรมธุรกิจ 3. การประเมินจากการทำกรณีศึกษา รวมถึงการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย
PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ฝึกใช้โปรแกรมทางธุรกิจเพื่อให้สามารถจัดทำรายงานทางการธุรกิจ และนำเสนอข้อมูล 2. สืบค้นข้อมูลจากรายงานทางนวัตกรรมธุรกิจ และข้อมูลทางธุรกิจมาใช้วิเคราะห์และแสดงผลข้อมูลธุรกิจในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและนำไปใช้ในการตัดสินใจ 3. เลือกใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์และเสนอแนวทางการแก้ไขและนำเสนอในชั้นเรียนได้	1. ประเมินจากการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจที่มีความชัดเจนในการสื่อสารเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายให้กับเพื่อนร่วมชั้น 2. ประเมินผลงาน เช่น การปฏิบัติการวิเคราะห์ การนำเสนอข้อมูลจากโปรแกรมทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง 3. ประเมินผลการเรียนรู้ด้วยรูบริกส์ (Rubric Matrix) 4. ประเมินจากการนำเสนอผลงานผ่านการประชุมวิชาการ/ตีพิมพ์
PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้	1. ทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อฝึกทักษะความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและการยอมรับความคิดเห็นจากผู้อื่น 2. เรียนรู้จากกรณีศึกษา โดยใช้กรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริง เพื่อให้ฝึกทักษะการคิด การวิเคราะห์ การเสนอแนวทางการแก้ไข และการ	1. การประเมินจากรายงานและการนำเสนอผลงาน โดยพิจารณาทั้งเนื้อหา การสื่อสาร และการตอบคำถาม 2. การประเมินจากสังเกตพฤติกรรมกระบวนการทำงาน การทำงานเป็นทีม การแบ่งงานและความรับผิดชอบ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล การจัดการเรียนรู้
	อภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 3. การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง โดยจัดให้มีการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ เช่น การฝึกงาน สหกิจศึกษา 4. การเรียนรู้นอกห้องเรียนจากกิจกรรมเสริมหลักสูตร	3. การประเมินจากการสอบถามหัวหน้างานและผลการฝึกงานและสหกิจศึกษา 4. การประเมินจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมภายใต้จรรยาบรรณทางวิชาชีพ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมความตรงต่อเวลา หรือการแสดงความมุ่งมั่น 5. ประเมินผลการเรียนรู้ด้วยรูบริกส์ (Rubric Matrix)
PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	1. การเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาและสถานการณ์ทางธุรกิจ เพื่อให้นิสิตสามารถวิเคราะห์และตัดสินใจภายใต้หลักจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 2. การเรียนรู้ผ่านการอภิปราย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการสะท้อนผลการเรียนรู้เกี่ยวกับประเด็นด้านจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3. การเรียนรู้ผ่านกิจกรรม โครงงาน หรือกรณีศึกษาที่ส่งเสริมการคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม 4. การเรียนรู้นอกห้องเรียนผ่านกิจกรรมเสริมหลักสูตร กิจกรรมเพื่อสังคม หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	1. การประเมินจากการสอบ การสอบย่อย และการวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม 2. การประเมินจากรายงาน โครงงาน และการนำเสนอผลงาน โดยพิจารณาการประยุกต์ใช้หลักจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3. การประเมินจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการแสดงออกถึงความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน 4. การประเมินพฤติกรรมด้านจริยธรรม ความรับผิดชอบ ความมีวินัย และการตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 5. ประเมินผลการเรียนรู้ด้วยรูบริกส์ (Rubric Matrix)

แผนการเรียนแบบ CWIE

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล การจัดการเรียนรู้
PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	การจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ โดยใช้เครื่องมือการเรียนรู้ที่หลากหลาย 1. การเรียนรู้แบบบูรณาการ การออกแบบการเรียนการสอนที่ผสมผสานนวัตกรรมธุรกิจและศาสตร์อื่น ๆ เพื่อให้นิสิตได้เข้าใจและเชื่อมโยงกระบวนการทางธุรกิจ 2. การใช้เครื่องมือการเรียนรู้อื่นๆ เช่น การตอบคำถาม การอภิปรายกรณีศึกษา การทำแบบทดสอบในชั้นเรียน การค้นคว้า และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3. การค้นคว้า สืบค้น และการฝึกปฏิบัติในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน	วิธีการประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียนมีทั้งการประเมินความก้าวหน้า และการประเมินผลสรุปรวม การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละภาคการศึกษา ได้แก่ 1. การประเมินจากการสอบ การสอบย่อย 2. การประเมินจากรายงาน และการนำเสนอผลงาน โดยพิจารณาจากความสามารถในการสื่อสารข้อมูลและการอธิบายผลการวิเคราะห์ทางนวัตกรรมธุรกิจให้ง่ายต่อการเข้าใจ
PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	1. การเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้เพื่อใช้ในการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจในสถานการณ์ต่าง ๆ 2. การตอบคำถาม การอภิปรายกรณีศึกษา การทำแบบทดสอบ การศึกษาค้นคว้า และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งในและนอกชั้นเรียน 3. การสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือทางธุรกิจในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ	วิธีการประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียนมีทั้งการการประเมินความก้าวหน้า และการประเมินผลสรุปรวม การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละภาคการศึกษา ได้แก่ 1. การประเมินจากการสอบ การสอบย่อย ที่เน้นทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจและการแก้ไขปัญหาจริง 2. การประเมินจากรายงาน และการนำเสนอผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้นวัตกรรมธุรกิจ 3. การประเมินจากการทำกรณีศึกษา รวมถึงการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล การจัดการเรียนรู้
PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ฝึกใช้โปรแกรมทางธุรกิจเพื่อให้สามารถจัดทำรายงานทางการธุรกิจ และนำเสนอข้อมูล 2. สืบค้นข้อมูลจากรายงานทางนวัตกรรมธุรกิจ และข้อมูลทางธุรกิจมาใช้วิเคราะห์และแสดงผลข้อมูลธุรกิจในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและนำไปใช้ในการตัดสินใจ 3. เลือกใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์และเสนอแนวทางการแก้ไขและนำเสนอในชั้นเรียนได้	1. ประเมินจากการนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจที่มีความชัดเจนในการสื่อสารเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายให้กับเพื่อนร่วมชั้น 2. ประเมินผลงาน เช่น การปฏิบัติการวิเคราะห์ การนำเสนอข้อมูลจากโปรแกรมทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง 3. ประเมินผลการเรียนรู้ด้วยรูบริกส์ (Rubric Matrix) 4. ประเมินจากการนำเสนอผลงานผ่านการประชุมวิชาการ/ตีพิมพ์
PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้	1. ทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อฝึกทักษะความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและการยอมรับความคิดเห็นจากผู้อื่น 2. เรียนรู้จากกรณีศึกษา โดยใช้กรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริง เพื่อให้ฝึกทักษะการคิด การวิเคราะห์ การเสนอแนวทางการแก้ไข และการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 3. การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง โดยจัดให้มีการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ เช่น การฝึกงาน สหกิจศึกษา 4. การเรียนรู้นอกห้องเรียนจากกิจกรรมเสริมหลักสูตร	1. การประเมินจากรายงานและการนำเสนอผลงาน โดยพิจารณาทั้งเนื้อหา การสื่อสาร และการตอบคำถาม 2. การประเมินจากสังเกตพฤติกรรมกระบวนการทำงาน การทำงานเป็นทีม การแบ่งงานและความรับผิดชอบ 3. การประเมินจากการสอบถามหัวหน้างานและผลการฝึกงานและสหกิจศึกษา 4. การประเมินจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมภายใต้จรรยาบรรณทางวิชาชีพ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมความตรงต่อเวลา หรือการแสดงความมุ่งมั่น 5. ประเมินผลการเรียนรู้ด้วยรูบริกส์ (Rubric Matrix)
PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	1. การเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาและสถานการณ์ทางธุรกิจ เพื่อให้นิสิตสามารถวิเคราะห์และตัดสินใจภายใต้หลักจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 2. การเรียนรู้ผ่านการอภิปราย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการสะท้อนผลการเรียนรู้เกี่ยวกับ	1. การประเมินจากการสอบ การสอบย่อย และการวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม 2. การประเมินจากรายงาน โครงงาน และการนำเสนอผลงาน โดยพิจารณาการประยุกต์ใช้หลักจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล การจัดการเรียนรู้
	ประเด็นด้านจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3. การเรียนรู้ผ่านกิจกรรม โครงงาน หรือกรณีศึกษาที่ส่งเสริมการคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม 4. การเรียนรู้นอกห้องเรียนผ่านกิจกรรมเสริมหลักสูตร กิจกรรมเพื่อสังคม หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3. การประเมินจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการแสดงออกถึงความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน 4. การประเมินพฤติกรรมด้านจริยธรรม ความรับผิดชอบ ความมีวินัย และการตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 5. ประเมินผลการเรียนรู้ด้วยรูบริกส์ (Rubric Matrix)
PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา หรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)	1. การฝึกทำงานจริงในสถานประกอบการ โดยเน้นตำแหน่งในสายงานบัญชี 2. การเรียนรู้จากคำแนะนำของหัวหน้างาน 3. การเรียนรู้จากเพื่อนร่วมงานในสถานประกอบการจริง	1. การประเมินจากหัวหน้างาน 2. การประเมินผลจากรายงานสรุปผลงานที่ทำ 3. การประเมินผลจากโครงงานของนิสิต

5. ความพร้อมและศักยภาพของอาจารย์

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มีการกำกับดูแลให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2565 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 ทั้งนี้หลักสูตรได้มีการวางแผนในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้อาจารย์มีศักยภาพโดยมีการสำรวจความต้องการของอาจารย์ประจำหลักสูตร จัดทำแผนการพัฒนาอาจารย์ ดำเนินการ ประเมินผล และนำผลมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการหลักสูตรให้มีความเหมาะสมต่อไป

5.1 ความพร้อมและศักยภาพของบุคลากร

5.1.1 อาจารย์

5.1.1.1 ด้านการจัดการศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้

1) ดำเนินการประชาสัมพันธ์ จัดประชุมชี้แจงทำความเข้าใจถึงผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน

2) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และร่วมกันจัดทำแผนการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้

3) กำหนดให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน วิเคราะห์ตนเองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ด้าน OBE สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้

5.1.1.2 ด้านวิชาการ ความเชี่ยวชาญ

1) ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสนับสนุนทุนการศึกษาต่อ ฝึกอบรม สัมมนา ดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ หรือการลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

2) ส่งเสริมทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัย โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์เข้าร่วมโครงการพัฒนาทักษะการสอนและการประเมินผลที่คณะมหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานต่าง ๆ จัดขึ้น

5.1.1.3 แผนพัฒนาอาจารย์

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ ได้มีแผนในการพัฒนาอาจารย์เพื่อให้จัดการเรียนการสอนให้กับนิสิตได้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ดังนี้

1) การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 การปฐมนิเทศแนะแนวอาจารย์ใหม่ให้มีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบรายละเอียดหลักสูตร รวมถึงผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLO) การจัดทำประมวลการสอนรายวิชา และการประเมินผล

1.2 การฝึกอบรมคณาจารย์ใหม่ในการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผลที่สะท้อนผลลัพธ์การเรียนรู้

1.3 การพัฒนาด้านการวิจัย การจัดเงินทุนสำหรับนักวิจัยหน้าใหม่เพื่อผลิตผลงานวิจัยและการเข้าร่วมเป็นคณะผู้วิจัยกับนักวิจัยที่มีประสบการณ์

2) การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์ประจำหลักสูตร

2.1 การพัฒนาด้านการเรียนการสอน โดยกำหนดแผนพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของอาจารย์ในแต่ละปีการศึกษา เช่น สมรรถนะการใช้เทคโนโลยี สมรรถนะการทำวิจัย สมรรถนะการสื่อสาร โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนสามารถเข้าร่วมการอบรมความรู้ได้จากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก รวมทั้งการประชุมสัมมนาวิชาต่าง ๆ การศึกษาดูงานและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน

2.2 การพัฒนาด้านวิชาการ ส่งเสริมการจัดทำผลงานเพื่อพัฒนาเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ส่งเสริมให้คณาจารย์ไปศึกษาต่อ

2.3 การพัฒนาด้านการวิจัยและสร้างนวัตกรรม การจัดเงินทุนเพื่อผลิตผลงานวิจัยเพื่อให้มีผลงานตีพิมพ์ในระดับชาติและนานาชาติ

2.4 การพัฒนาด้านบทบาทหน้าที่การเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา โดยการเข้าร่วมโครงการสัมมนาอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการระดับปริญญาตรี

5.1.2 ชื่อ สกุล ตำแหน่งทางวิชาการและคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	จาริตา หินเธาว์	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, TH, 2542 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงินและการธนาคาร), มหาวิทยาลัยศรีปทุม, TH, 2537
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2552 รัฐศาสตรบัณฑิต (บริหารรัฐกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, TH, 2546
3	อาจารย์	ภูริชชญา แตปรเมศามัย	วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, TH, 2559 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2544 วิทยาศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2542

แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด

ลำดับที่	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	ธัญลักษณ์ เมืองโคตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2548 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยแม่โจ้, TH, 2541
2	อาจารย์	ศิรินนา คำทะเนตร	Master of Science in Information Systems (Digital Business Systems), WESTERDALS OSLO SCHOOL OF ARTS, COMMUNICATION AND TECHNOLOGY, NO, 2558 Master of Philosophy (System Dynamics), UNIVERSITY OF BERGEN, NO, 2557 บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, TH, 2553
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	สุพรรณิการ์ สุภพล	บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, TH, 2565 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2554 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2551

5.1.3 ชื่อ สกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิการศึกษา ผลงานวิชาการ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ประจำหลักสูตร / อาจารย์ผู้สอน / อาจารย์พิเศษ

1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
1	นางกันยารัตน์ สุขะวัธนกุล รองศาสตราจารย์ บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, TH, 2565 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, TH, 2546 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ) เกียรตินิยมอันดับสอง, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2540	ผลงานวิจัย Confirmatory factor analysis of the adaptation guidelines to technology disruption problems, 2567	01134111 01134311 01134312 01134326 01134341 01134421 01134422 01134423 01134442 01134490 01134492 01134497 01134498	04308102 04308259 04308372 04308373 04308371 04308466 04308476 04308497 04308499
2	นางจาริตา หินเธาว์* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, TH, 2542 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงินและการธนาคาร), มหาวิทยาลัยศรีปทุม, TH, 2537	ผลงานวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียล ภายหลังการผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19, 2567	01132142 01132312 01132314 01132342 01132361	04308203 04308213 04308331 04308422 04308390
3	นายฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การจัดการ), มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, TH, 2554 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, TH, 2544	ผลงานวิจัย การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษา อ.ส.ค. และ Vinamilk, 2569	01132243	04308202 04308231 04308421

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงินและการธนาคาร), มหาวิทยาลัยรามคำแหง, TH, 2539			
4	นางสาวธัญลักษณ์ เมืองโคตร* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2548 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยแม่โจ้, TH, 2541	<u>ผลงานวิจัย</u> การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมชุมชนข้าวเหนียวนครพนม, 2568	01134111 01134321 01134411 01134315 01134323 01134353	04308102 04308352 04308363 04308384 04308497 04308498
5	นางสาวนัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2552 รัฐศาสตรบัณฑิต (บริหารรัฐกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, TH, 2546	<u>ผลงานวิจัย</u> การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษา อ.ส.ค. และ Vinamilk, 2569	01132222 01132322 01132423	04308211 04308317 04308321
6	นางปัททมา สุริยกุล ณ อยุธยา รองศาสตราจารย์ บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, TH, 2563 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2542 วิทยาศาสตรบัณฑิต (จิตวิทยาคลินิคและชุมชน), มหาวิทยาลัยรามคำแหง, TH, 2543	<u>ผลงานวิจัย</u> อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการสำนักงานคลังจังหวัดนครพนม, 2569	01132323 01132351 01132391 01132417	04308221 04308222 04308391

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
	วิทยาศาสตรบัณฑิต (เกษตรศาสตร์), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2539			
7	นางสาวเปรมฤดี จิตรเกื้อกูล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ (การตลาด)), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, TH, 2559 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2549 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2543	<u>ผลงานวิจัย</u> ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Shopee. สักทอง, 2568	01134111 01134354 01134355 01134412 01134491	04308102 04308375 04308386 04308455 04308491
8	นางสาวภูริชชญา แตปรเมศามัย* อาจารย์ วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, TH, 2559 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2544 วิทยาศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2542	<u>ผลงานวิจัย</u> The Impact of Participatory Development on Local Economic Development: The Case Study of E-San Gastronomy in Sakon Nakhon Province, Thailand, 2567	01132332 01132498	04308201 04308311 04308316 04308341 04308490 04308498
9	นางสาวลัดดาพร กุลแก้ว ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สารสนเทศศึกษา), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2562	<u>ผลงานวิจัย</u> การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษา อ.ส.ค. และ Vinamilk, 2569	01132331 01132333 01132334	04308205 04308312 04308315

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สถิติประยุกต์), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, TH, 2551 วิทยาศาสตรบัณฑิต (สถิติ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2547			
10	นายวรสิทธิ์ วงศ์อดิศัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (นวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, TH, 2563 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2545 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมอุตสาหการ), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2542	<u>ผลงานวิจัย</u> การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษา อ.ส.ค. และ Vinamilk, 2569	01132334 01132335 01132336 01132463 01132497	04308202 04308231 04308241 04308313 04308314 04308316 04308342 04308421
11	นางสาวศิรินนา คำทะเนตร* อาจารย์ Master of Science in Information Systems (Digital Business Systems), WESTERDALS OSLO SCHOOL OF ARTS, COMMUNICATION AND TECHNOLOGY, NO, 2558 Master of Philosophy (System Dynamics), UNIVERSITY OF BERGEN, NO, 2557 บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, TH, 2553	<u>ผลงานวิจัย</u> English language needs of elderly entrepreneurs in a rural organic rice seed community in northeastern Thailand, 2568	01134111 01134351 01134357 01999111 01134322 01134332 01134356	04308102 04308253 04308356 04308157 04308258 04308359 04308365 04308381 04308387 04308282 04308204

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
12	นางสาวสุพรรณิการ์ สุภพล* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, TH, 2565 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2554 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2551	<u>ผลงานวิจัย</u> Agile marketing competency and innovation capability mediating on new product management for industrial business development guidelines, 2567	01134111 01134212 01134332 01134333 01134342 01134432 01134497 01134498	04308102 04308251 04308361 04308362 04308383 04308364 04308374 04308497 04308498 04308499

2. อาจารย์ผู้สอน

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
1	นายกฤตพงศ์ วัชระนุกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, TH, 2545 บัญชีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, TH, 2539	<u>ผลงานวิจัย</u> การกำกับดูแลกิจการกับคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567		04302112 04302171 04302211
2	นางสาวกุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2558 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร, TH, 2549	<u>ผลงานวิจัย</u> การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษา อ.ส.ค. และ Vinamilk, 2569	01132111 01132213 01132221 01132461 01132472	04308101 04308212 04308323 04308333

* อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบริหารทั่วไป), มหาวิทยาลัยรามคำแหง, TH, 2552 วิทยาศาสตรบัณฑิต (อัญมณีวิทยา), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, TH, 2547			
3	นางฐิตาวรรณ อินสะอาด อาจารย์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, TH, 2565 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2547 วิทยาศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, TH, 2543	<u>ผลงานวิจัย</u> Business Model Innovation to Network Collaboration and Knowledge Management Practices in Thailand Pharmaceutical Industry Entrepreneur, 2566		04308111
4	นายธนินท์ ตีรสวัสดิชัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ Doctor of Philosophy (Journalism and Communication), SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY, CN, 2565 Master in Management (Enterprise Management), HUAZHONG UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY, CN, 2558 เศรษฐศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, TH, 2555	<u>ผลงานวิจัย</u> การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษา อ.ส.ค. และ Vinamilk, 2569	01132111 01132311 01132325	04308322 04308332 04308411 04308423 04308431

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ผลงานทางวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตรปรับปรุง
5	นายปรัชญา งามจันทร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ Doctor of Philosophy (Finance), NATIONAL INSTITUTE OF DEVELOPMENT ADMINISTRATION, TH, 2560 Master of Science (Banking and Finance), THE UNIVERSITY OF STIRLING, GB, 2539 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยรามคำแหง, TH, 2536	<u>ผลงานวิจัย</u> ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานราก, 2567		04305211 04305212 04305321 04305331

3. อาจารย์พิเศษ

ไม่มี

5.1.4 บุคลากรสายสนับสนุน

ไม่มี

5.2 ความพร้อมด้านทรัพยากรการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดการเรียนการสอนภายใน อย่างเพียงพอและอยู่ในสภาพเหมาะสม พร้อมใช้งาน โดยใช้ร่วมกับหลักสูตรอื่นภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร เช่น ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด วัสดุ อุปกรณ์ IT สื่อการสอนต่าง ๆ ตลอดจนมีการดำเนินการตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัยให้กับทั้งนิสิตและอาจารย์ รวมถึงการให้ความสำคัญกับการเข้าถึงสำหรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ โดยอาศัยมาตรการดูแลความปลอดภัยของคณะฯ และวิทยาเขตฯ ดังนี้

ห้องเรียน

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้รับการสนับสนุนจากวิทยาเขตฯ และคณะฯ ให้ใช้ห้องเรียนจำนวน 87 ห้อง ประกอบด้วยห้องบรรยายขนาด 40 ที่นั่ง ไปจนถึงห้องบรรยายขนาด 140 ที่นั่ง ทุกห้องมีอุปกรณ์รองรับการเรียนการสอนที่สามารถเชื่อมต่อระบบอินเตอร์เน็ต เครื่องเสียงและเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถรองรับการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจ ได้เป็นอย่างดี อันประกอบด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 ชุด โต๊ะบรรยายแบบโล่งและเก้าอี้สำหรับนิสิต จำนวนตามความจุของห้อง โต๊ะสำหรับผู้บรรยายพร้อมชุดควบคุม

โสตทัศนูปกรณ์ 1 ชุด จอรับภาพพร้อมติดตั้ง 1 จอ เครื่องมัลติมิเดียโปรเจคเตอร์ 1 เครื่อง เครื่องฉายทึบแสง 1 เครื่อง ชุดเครื่องขยายเสียง 1 ชุด กระดานเซรามิคไวท์บอร์ด ม่านปรับแสง และเครื่องสำรองไฟ 1 เครื่อง

ห้องปฏิบัติการ ห้องประชุม และห้องสัมมนา

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้รับการสนับสนุนจากวิทยาเขตฯ และคณะฯ ให้ใช้ห้องปฏิบัติการ ห้องประชุม และห้องสัมมนา รวมถึงอุปกรณ์ IT ต่าง ๆ ร่วมกับหลักสูตรอื่นภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร เพื่อให้หลักสูตรได้ใช้ในการประชุมเกี่ยวกับข้อตกลงต่าง ๆ ในการบริหารและการพัฒนาหลักสูตร และใช้ในการสัมมนาในรายวิชาต่าง ๆ ได้แก่

1) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (ห้อง 9-209, 9-210 อาคารเทคโนโลยีสารสนเทศ)

2) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (ชั้น 1 อาคารสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ)

3) ห้องประชุมวิจิตราพูลเพิ่มทรัพย์ (ห้องบรรยายแบบ Slope 70 ที่นั่ง ชั้น 1 อาคารสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ)

4) ห้องประชุมอรสาอร่ามรัตน์ (ห้องประชุม 30 ที่นั่ง ชั้น 3 อาคารสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ)

ทุกห้องมีอุปกรณ์ ที่สามารถเชื่อมต่อระบบอินเตอร์เน็ต เครื่องเสียงและเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถรองรับการจัดอบรม ประชุม สัมมนา ได้เป็นอย่างดี อันประกอบด้วย จอรับภาพชนิดมอเตอร์ไฟฟ้า เครื่องมัลติมิเดียโปรเจคเตอร์ ชุดขยายเสียง ลำโพง โปรเจคเตอร์ สาย VGA สาย HDMI ปลั๊กพ่วง ตู้สำหรับเก็บอุปกรณ์เครื่องเสียงและเครื่องบันทึกภาพ โดยห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ห้องประชุม และอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้รับการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ ผ่านระบบกลไกในการบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือผ่านระบบแจ้งซ่อมออนไลน์ของวิทยาเขตฯ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงดำเนินการซ่อมแซมแก้ไขให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

ซอฟต์แวร์ โปรแกรมออนไลน์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้รับการสนับสนุนจากวิทยาเขตฯ จากการมีโครงสร้างพื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายใช้ เพื่อประโยชน์ต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ โดยจัดให้มีห้องคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง ที่ติดตั้งจุดบริการเครือข่ายไร้สายโดยรอบพื้นที่มหาวิทยาลัย ซึ่งหลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิตได้ใช้บริการห้องคอมพิวเตอร์ในการสอนโปรแกรมเฉพาะด้านทางการนวัตกรรมธุรกิจ ตลอดจนใช้สืบค้นงานวิจัยในรายวิชาสัมมนา และจัดโครงการบริการวิชาการโดยใช้ห้องคอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัยเป็นสถานที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ ดังนี้

1) มีโปรแกรมสำเร็จรูปทางการจัดการและการตลาด เพื่อใช้ในการฝึกปฏิบัติเพื่อการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพของนิสิตในหลักสูตร ในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

2) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการให้บริการอื่น ๆ เช่น ระบบงานทะเบียนสำหรับนิสิต ระบบสารสนเทศนิสิต ระบบสารสนเทศสำหรับอาจารย์ ระบบการประเมินการเรียนการสอน เป็นต้น

3) มีระบบสนับสนุนการเรียนการสอนออนไลน์และการประชุม เช่น Cisco Webex, Google Classroom, KU-Google, KU-Microsoft Office 365 เพื่อเปิดโลกการเรียนรู้ผ่านเครื่องมือที่ช่วยให้นิสิตและอาจารย์ทำงานร่วมกันในรูปแบบคลาวด์ เป็นต้น

ห้องสมุด

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้รับการสนับสนุนในการใช้บริการจากสำนักหอสมุดกลางของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งเป็นแหล่งรวมทรัพยากรและสื่อการเรียนรู้และมีบริการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษาและวิจัย ตลอดจนการค้นคว้าด้วยตนเองได้อย่างรวดเร็วสำหรับนิสิตและอาจารย์ของหลักสูตร โดยสามารถเชื่อมต่อระบบห้องสมุดดิจิทัลจากมหาวิทยาลัยได้โดยตรงสามารถใช้ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ได้แก่ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ ฐานข้อมูลนิตยสาร ตอบสนองความต้องการของนิสิตและบุคลากรในการค้นคว้าหรืออ่านหนังสือเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนการสอนในห้องเรียนและยังมีบริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้าข้อมูลได้อย่างรวดเร็วในรูปแบบ one stop service ซึ่งทำหน้าที่ให้บริการทุกบริการของสำนักหอสมุด โดยเน้นการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัย 5 บริการ ได้แก่ 1) บริการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศและจัดส่งข้อมูล 2) บริการแนะนำวิธีการใช้โปรแกรม Turnitin 3) บริการจัดทำบรรณานุกรมด้วยโปรแกรม EndNote 4) บริการคัดเลือกวารสารเพื่อการตีพิมพ์และตรวจสอบ Impact Factor 5) บริการยืมหนังสือภายในห้องสมุด มก. และยืมระหว่างห้องสมุด

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สุขภาพ และความปลอดภัย

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้รับการสนับสนุนให้มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และความปลอดภัยกับทั้งนิสิตและอาจารย์จากการส่งเสริมการพัฒนาสวัสดิภาพของชีวิตและความเป็นอยู่ของนิสิตและบุคลากรของคณะฯ และมาตรการดูแลความปลอดภัยของวิทยาเขตฯ ดังนี้

1) คณะฯ มีการจัดพื้นที่นั่งอ่านหนังสือและพักผ่อนทั่วทุกชั้นของอาคาร รวมถึงห้อง Co-working Space ที่มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีมุมกาแฟพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อให้นิสิตสามารถใช้เป็นสถานที่สำหรับการเรียนรู้ พักผ่อน และพบปะกับอาจารย์ที่ปรึกษาได้อย่างสะดวกสบาย

2) คณะฯ มีสิ่งสนับสนุนสวัสดิการความเป็นอยู่ของนิสิต แจกคูปองทานอาหารสำหรับนิสิตที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ และสนับสนุนอาหารว่างให้กับนิสิตช่วงสอบ เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจต่อการเรียน และสร้างคุณภาพชีวิตส่วนบุคคลให้นิสิต

3) คณะฯ มีมาตรการการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ให้นิสิตและบุคลากรมีส่วนรับผิดชอบร่วมกันในการจัดการขยะโดยจัดให้มีระบบคัดแยกขยะภายในอาคาร เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อม

4) วิทยาเขตฯ มีการจัดสถานที่สำหรับการออกกำลังกายทั้งในที่ร่มและกลางแจ้ง ซึ่งสถานที่เหล่านี้ได้รับการดูแลและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้พร้อมใช้งาน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการออกกำลังกายที่จัดขึ้นเป็นประจำ เช่น การเดินวิ่ง การเต้นแอโรบิก และกีฬาต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของนิสิตและบุคลากร

5) วิทยาเขตฯ มีการจัดสถานที่สำหรับรับประทานอาหาร โดยจัดให้มีโรงอาหารที่มีร้านค้าเพียงพอ สะอาด บรรยากาศดีและเหมาะสมกับการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในมหาวิทยาลัย

6) วิทยาเขตฯ มีการติดตั้งไฟส่องสว่างโดยรอบวิทยาเขตฯ ในระดับขั้นต้นถึงปานกลาง และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และติดตั้งกล้องวงจรปิดในบางแห่งที่พิจารณาแล้วว่าจะส่งผลกระทบต่อความเสียหายในวงกว้างของชีวิตและทรัพย์สินของวิทยาเขตเป็นสำคัญ

7) วิทยาเขตฯ และคณะฯ ได้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการเข้าถึงสำหรับนิสิตและบุคลากรที่มีความต้องการพิเศษ เช่น ทางลาดสำหรับผู้ใช้รถเข็น ลิฟต์ที่มีขนาดเหมาะสม และห้องน้ำที่ออกแบบมาเพื่อรองรับผู้ที่มีความต้องการพิเศษ

6. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา แผนการรับนิสิต และงบประมาณ

6.1 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

ต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่าที่กระทรวง ศึกษาธิการรับรอง

6.2 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ปีที่	ปีการศึกษา									
	2570		2571		2572		2573		2574	
	นวัตกรรมการจัดการ	นวัตกรรมการตลาด	นวัตกรรมการจัดการ	นวัตกรรมการตลาด	นวัตกรรมการจัดการ	นวัตกรรมการตลาด	นวัตกรรมการจัดการ	นวัตกรรมการตลาด	นวัตกรรมการจัดการ	นวัตกรรมการตลาด
1	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
2	-	-	60	60	60	60	60	60	60	60
3	-	-	-	-	60	60	60	60	60	60
4	-	-	-	-	-	-	60	60	60	60
รวม	120		240		360		480		480	
จำนวนนิสิตที่คาดว่าจะจบ	-		-		-		-		120	

6.3 งบประมาณ

หน่วย: บาทต่อปี

รายการ	ปี 2570	ปี 2571	ปี 2572	ปี 2573	ปี 2574
งบประมาณรายรับ					
ค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาจ่าย	2,784,000	5,568,000	8,352,000	11,136,000	11,136,000
รวมทั้งสิ้น (รายรับ)	**2,784,000**	**5,568,000**	**8,352,000**	**11,136,000**	**11,136,000**
งบประมาณรายจ่าย					
ก. งบดำเนินงาน					
1. ค่าตอบแทน	720,000	734,400	749,088	764,070	779,351
2. ค่าใช้สอย	157,080	314,160	471,240	628,320	628,320
3. ค่าวัสดุ	105,000	210,000	315,000	420,000	420,000
4. ค่าสาธารณูปโภค	210,000	420,000	630,000	840,000	840,000
ข. งบอุดหนุน	72,000	144,000	456,000	528,000	528,000
รวมงบประมาณรายจ่าย	**1,264,080**	**1,822,960**	**2,621,328**	**3,180,390**	**3,195,671**
จำนวนนิสิต (คน)	120	240	360	480	480
ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิต (บาท/คน)	**10,534**	**7,596**	**7,281**	**6,626**	**6,658**

6.4 ระบบการรับสมัคร

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ มีกระบวนการบริหารจัดการรับนิสิตโดยผ่านระบบของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มีคณะกรรมการหลักสูตรระดับปริญญาตรี ดำเนินการคัดเลือกนิสิตให้มีคุณสมบัติสอดคล้องกับเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และกำกับติดตามจำนวนการรับนิสิตให้เป็นไปตามแผนการรับนิสิต

6.5 ขั้นตอนการรับเข้าศึกษา

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการมีแผนการรับนิสิตวิชาเอกตามที่ระบุในหลักสูตร ซึ่งมีกระบวนการรับนิสิตดังนี้

(1) คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ โดยคณะกรรมการหลักสูตรระดับปริญญาตรี มีการประชุม เพื่อชี้แจงการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการรับเข้าศึกษาในระบบ TCAS ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในแต่ละปีการศึกษา และร่วมกันกำหนดคะแนนเพื่อพิจารณาในการคัดเลือกเข้าศึกษา จำนวนการรับเข้าศึกษาในแต่ละสาขาวิชา และในแต่ละรอบ TCAS ให้ไม่เกินจำนวนแผนการรับในหลักสูตร

(2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรแต่ละวิชาเอกประชุมพิจารณากำหนดจำนวนรับนิสิตตามแผนการรับนิสิตและพิจารณาคุณสมบัติเฉพาะของผู้สมัคร และเกณฑ์การคัดเลือกนิสิตที่จะรับในแต่ละรอบของ TCAS

(3) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประสานแจ้งกับงานบริการการศึกษา เพื่อดำเนินการบันทึกคุณสมบัติเฉพาะของผู้สมัครและเกณฑ์การคัดเลือกในระบบรับเข้าศึกษาของสำนักบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อจัดทำประกาศคุณสมบัติในแต่ละรอบ

(4) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรพิจารณาเสนอรายชื่อกรรมการสอบสัมภาษณ์ในแต่ละรอบการศึกษาของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ และสำนักบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์

(5) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประเมินผลการรับเข้าแต่ละรอบ และพิจารณาทบทวนจำนวนรับในรอบต่อไปที่สามารถปรับเพิ่มได้

6.6 ระบบการจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์

ระบบและกลไกการรับเรื่องร้องเรียนของนิสิต ดังนี้

(1) ช่องทางการจัดการรับเรื่องร้องเรียนจากนิสิต โดยผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร หรือหัวหน้าภาควิชา

(2) เมื่อมีเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริหารหลักสูตร ประธานหลักสูตรจะนำเรื่องร้องเรียนเข้าหารือในที่ประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้รับทราบและพิจารณาหาทางแก้ไข หากข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องระดับภาควิชาและคณะ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะดำเนินการมอบหมายให้ประธานหลักสูตรนำข้อร้องเรียนดังกล่าว ดำเนินการโดยนำเข้าประชุมเพื่อพิจารณาในระดับภาควิชา หรือระดับคณะต่อไป

(3) มีการติดตามข้อร้องเรียน เพื่อรับฟังความพึงพอใจต่อผลการจัดการข้อร้องเรียนของนิสิต ทั้งนี้หลักสูตรจะดำเนินการชี้แจงให้นิสิตรับทราบตั้งแต่วันปฐมนิเทศหรือวันเปิดภาคการศึกษาว่านิสิตสามารถส่งบันทึกเรื่องร้องเรียนได้ที่อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร หรือ หัวหน้าภาควิชา นอกจากนี้คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ยังมีหน่วยงานกลางในการรับ

เรื่องร้องเรียนจากผู้เรียน ซึ่งก็จะเป็นอีกช่องทางในการแก้ปัญหา ในการจัดการเรื่องร้องเรียน โดยหลักสูตรได้ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิส่วนบุคคล โดยการเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ของผู้เรียนไว้เป็นความลับ

7. การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

7.1 เกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน

การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน มีการออกแบบการวัดและประเมินผลที่หลากหลายรวมทั้งกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจให้มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่หลักสูตรคาดหวัง ทั้งระดับรายวิชา (CLO) และหลักสูตร (PLO) ที่กำหนดไว้ โดยให้เป็นไปตามกฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ข้อ 14 การวัดและการประเมินผลการศึกษา

14.1 การประเมินผลการศึกษาของแต่ละรายวิชาจะกระทำโดยประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนตามรายวิชากำหนดไว้โดยเป็นระดับคะแนนต่าง ๆ ซึ่งมีความหมายและแต้มคะแนนดังนี้

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 ใช้เฉพาะกรณีที่นิสิตมีงานบางส่วนในวิชานั้นไม่สมบูรณ์แต่มีการวัดผลอย่างอื่นของวิชานั้นตลอดภาคการศึกษา และเป็นที่พอใจของอาจารย์ผู้สอน

ระดับคะแนน S และ U ใช้สำหรับรายวิชาที่นิสิตลงทะเบียนเรียนประเภทไม่นับหน่วยกิต (Audit)

ระดับคะแนน P และ NP ใช้สำหรับรายวิชาที่ไม่นำค่าของหน่วยกิตมาคำนวณแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสม การฝึกงานที่ไม่มีหน่วยกิต หรือรายวิชาที่มีการเทียบโอนจากการลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบัน

ระดับคะแนน N ใช้เฉพาะกรณีที่ยังไม่ได้รับรายงานการประเมินผลการศึกษา

14.2 นิสิตต้องดำเนินการขอแก้ไขระดับคะแนน I และ N ให้เสร็จสิ้นภายในสามสิบวันหลังจากวันส่งคะแนนวันสุดท้ายของภาคการศึกษานั้น การผ่อนผันต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และได้รับอนุมัติจากคณบดีเจ้าสังกัดรายวิชานั้น ทั้งนี้ ต้องไม่เกินสิ้นภาคการศึกษาปกติถัดไป หากไม่ปฏิบัติตาม ข้อกำหนดดังกล่าว ให้ถือว่านิสิตผู้นั้นได้ระดับคะแนน F หรือ U ในรายวิชานั้น

14.3 การแก้ไขระดับคะแนนต้องมีเหตุผลความจำเป็น พร้อมเอกสารหลักฐานประกอบการพิจารณา โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา คณะกรรมการประจำส่วนงานเจ้าสังกัดรายวิชานั้น และได้รับอนุมัติจากรองอธิการบดีที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลงานด้านวิชาการ

14.4 การคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสม

14.4.1 การคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมของนิสิต ให้คิดจากแต้มคะแนนทุกรายวิชาที่นิสิตลงทะเบียนเรียนประเภทนับหน่วยกิต (credit) ทั้งรายวิชาที่สอบได้ และรายวิชาที่สอบตก

14.4.2 การคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมของนิสิตที่ย้ายสาขาวิชาเอก ย้ายหลักสูตร หรือย้ายคณะ ให้คิดแต้มคะแนนของทุกรายวิชาที่มีปรากฏในหลักสูตรสาขาวิชาเอกที่รับเข้า ไม่ว่าจะเป็นรายวิชาที่เทียบให้หรือไม่ก็ตาม ส่วนรายวิชาที่ไม่ปรากฏในหลักสูตรสาขาวิชาเอกที่รับเข้า ไม่สามารถนำมาคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสม

14.4.3 การคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมของนิสิตที่โอนมาจากสถานศึกษาอื่น และ นิสิตที่จบอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และได้รับอนุมัติให้เข้าศึกษาต่อ ให้คิดเฉพาะแต้มคะแนนของรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนใหม่เท่านั้น

14.4.4 การคิดแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสม เพื่อพิจารณาสถานภาพทางการศึกษาของนิสิตตามเกณฑ์ในข้อ 26.3.8 และ ข้อ 26.3.9 นั้น ให้คิดปีละสองครั้ง คือ เมื่อสิ้นสุดการศึกษาภาคต้นและภาคปลาย ส่วนผลการศึกษาในภาคฤดูร้อน ให้นำไปนับรวมกับผลการศึกษาภาคต้นถัดไป เว้นแต่กรณีผู้จบการศึกษาในภาคฤดูร้อน

14.5 คณะสามารถระงับการประกาศ หรือการคัดผลการศึกษาให้แก่นิสิต หากนิสิตค้างชำระหนี้สินในภาควิชา และในคณะนั้น ๆ

14.6 มหาวิทยาลัยอาจระงับการออกใบแสดงผลการศึกษาและใบรับรองใด ๆ ให้แก่นิสิตหากค้างชำระหนี้สินภายในหรือภายนอกมหาวิทยาลัยที่เกิดจากการศึกษา ถึงแม้ได้มีการประกาศผลการศึกษาไปแล้วก็ตาม

7.2 เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ต้องเรียนครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตรและต้องได้ระดับคะแนนเฉลี่ย ไม่ต่ำกว่า 2.00 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า และบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีและตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ฉบับที่ใช้อยู่ปัจจุบัน รวมทั้งระเบียบแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

7.3 กระบวนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิต

7.3.1 การทวนสอบระดับรายวิชา และหลักสูตร ขณะนิสิตยังไม่สำเร็จการศึกษา

(1) มีกระบวนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชาในทุกวิชาของหลักสูตร โดยการแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบของหลักสูตร ทำหน้าที่ทวนสอบในแต่ละรายวิชาที่เปิดสอน

(2) มีการกำหนดสิ่งที่ต้องการทวนสอบ ได้แก่ กลยุทธ์การสอน การวัดผลประเมินผล การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ได้กำหนดของแต่ละระดับรายวิชา กลยุทธ์การสอนที่ต้องการทวนสอบ เช่น เทคนิควิธีการสอน กิจกรรมการเรียนรู้ การวัดผลประเมินผลเครื่องมือ การประเมินที่ต้องการทวนสอบ เช่น ข้อสอบ แบบประเมินการปฏิบัติการ รายงานโครงการ การให้คะแนน ที่มาของเกรดการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ เช่น การประเมินโดยนิสิต แบบประเมินการสอน การสัมภาษณ์ การสังเกต

(3) กำหนดวิธีการทวนสอบระดับรายวิชา เช่น การประเมินตามผลลัพธ์การเรียนรู้ โดยนิสิต สังเกตการสอน กิจกรรมการเรียนรู้ สัมภาษณ์นิสิต การประเมินการสอนโดยนิสิตวิเคราะห์ความสอดคล้อง/เกณฑ์การประเมินตามแผนการสอน/ผลการสอน การประเมินข้อสอบ การปฏิบัติงาน และรายงานการประเมินการจัดการเรียนการสอนโดยอาจารย์/กรรมการ/ผู้ทรงคุณวุฒิ

(4) รายงานผลการทวนสอบต่อกรรมการผู้รับผิดชอบ/กรรมการบริหารหลักสูตร/สาขาวิชา/ภาควิชา

(5) นำผลการทวนสอบไปรายงานผลการสอนและจัดทำแผนปรับปรุง แผนการสอนรวมทั้งการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร

(6) การประเมินหลักสูตรโดยนิสิตปีสุดท้าย

(7) นำผลการประเมินตนเอง และคณะกรรมการประเมินคุณภาพหลักสูตร มาปรับปรุงและบริหารหลักสูตร ในแต่ละปีการศึกษา

7.3.2 การทวนสอบระดับหลักสูตรหลังจากนิสิตสำเร็จการศึกษา

(1) นำผลการประเมินตนเอง และคณะกรรมการประเมินคุณภาพหลักสูตร มาปรับปรุงและบริหารหลักสูตร ในแต่ละปีการศึกษา

(2) ประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของบัณฑิตโดยผู้ใช้บัณฑิต/บัณฑิต

(3) ตรวจสอบความสำเร็จจากการประกอบอาชีพ โดยแบบสอบถามอัตราการได้งานทำที่ตรงสายวิชาชีพ

8. การประกันคุณภาพหลักสูตร

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจ สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ใช้รูปแบบการประกันคุณภาพ ตามเกณฑ์ AUN-QA ซึ่งมีการบริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่ประกาศใช้และตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ตลอดระยะเวลาที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร โดยมีคณะกรรมการบริหารหลักสูตรประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน เป็นผู้บริหารหลักสูตร เพื่อให้การจัดการศึกษาเป็นไปตามเป้าหมายและคุณภาพที่กำหนดได้กำหนดกระบวนการไว้ ดังนี้

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes)

1.1 การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

หลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจ สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังตามกรอบทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Taxonomy) ทั้งด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) จิตพิสัย (Affective Domain) และทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เพื่อสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้อย่างเหมาะสม โดยมุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้เชิงวิชาการและทักษะวิชาชีพด้านธุรกิจที่ทันสมัยและก้าวทันยุคดิจิทัล สามารถบูรณาการทฤษฎีและปฏิบัติแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับคุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนมีทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การใช้เทคโนโลยี และการคิดวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์ ผลลัพธ์การเรียนรู้ถูกกำหนดร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น อาจารย์ นิสิต ศิษย์เก่า นายจ้าง และสถานประกอบการ เพื่อสะท้อนวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์อย่างเหมาะสม

1.2 ความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชากับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชาและความเชื่อมโยงกับหลักสูตรมีการออกแบบและกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของทุกรายวิชา (CLO) ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLO) โดยจัดทำ CLO–PLO Mapping เพื่อให้มั่นใจว่าผลลัพธ์การเรียนรู้ในแต่ละรายวิชาสามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของหลักสูตรได้ ทั้งนี้ ในการพัฒนาและปรับปรุงผลลัพธ์การเรียนรู้ดังกล่าว ยังได้พิจารณาให้สอดคล้องตลาดแรงงาน เพื่อให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษามีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่ตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตและสังคม

1.3 ความครอบคลุมของผลลัพธ์การเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรครอบคลุมทั้งทักษะทั่วไป (Generic Outcomes) และทักษะเฉพาะทาง (Subject Specific Outcomes) โดยทักษะทั่วไป อาทิเช่น การสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การเขียนเชิงวิชาการและวิชาชีพ การคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหา การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อธุรกิจ การนำเสนออย่างมืออาชีพ และการทำงานเป็นทีม และทักษะเฉพาะทาง อาทิเช่น ความรู้และความสามารถด้านการจัดการ การตลาด การสื่อสารในยุคดิจิทัล การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

1.3.1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านทักษะทั่วไป (Generic Outcomes) หลักสูตรมุ่งเน้นให้ผู้สำเร็จการศึกษามีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 อาทิ ทักษะการเขียนและการสื่อสาร ทักษะการแก้ปัญหาเชิงวิเคราะห์ ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการบริหารธุรกิจ ทักษะการนำเสนออย่างมืออาชีพ และทักษะการทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ

1.3.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านทักษะเฉพาะทาง (Subject Specific Outcomes) บัณฑิตจะต้องมีความรู้ความเข้าใจและทักษะเชิงลึกในศาสตร์การบริหารธุรกิจในยุคดิจิทัล ทั้งด้านการจัดการธุรกิจ การการตลาด เป็นต้น รวมถึงสามารถบูรณาการความรู้เพื่อการปฏิบัติงานทางวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนพัฒนาทักษะวิชาชีพที่สอดคล้องกับหลักจริยธรรม

1.4 การนำความต้องการที่จำเป็นหรือข้อกำหนดต่าง ๆ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภายนอกมากำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

หลักสูตรได้บูรณาการความต้องการและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกอย่างรอบด้าน ภายในประกอบด้วยนิสิต คณาจารย์ คณะ และมหาวิทยาลัย ส่วนภายนอกได้แก่ นายจ้าง และศิษย์เก่า ข้อมูลถูกรวบรวมผ่านการสำรวจความคิดเห็น การสัมภาษณ์ การวิเคราะห์เนื้อหา

และการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อนำมาประกอบการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและสังคมในปัจจุบันและอนาคต

1.5 หลักสูตรสามารถบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรเมื่อสำเร็จการศึกษา

ผู้สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจ สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ จะสามารถบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังได้อย่างครบถ้วน ทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ โดยอาศัยระบบการเรียนการสอนที่เน้นการมีส่วนร่วมและการปฏิบัติจริง ควบคู่กับการเรียนรู้เชิงบูรณาการ ผ่านโครงงานวิจัย การฝึกสหกิจศึกษา และการฝึกงาน ทั้งนี้ หลักสูตรมีระบบการประเมินผลที่ชัดเจนตามแนวทาง Outcome-Based Assessment (OBA) ครอบคลุมทั้งระดับรายวิชา ระดับหลักสูตร และการประเมินจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีการกำหนดเกณฑ์การบรรลุผล สำหรับแต่ละผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง เพื่อยืนยันว่าผู้สำเร็จการศึกษาสามารถบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ครบถ้วน และหลักสูตรบรรลุเป้าหมายตามมาตรฐานอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

2. โครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร (Program Structure and Content)

2.1 รายละเอียดของหลักสูตรและรายวิชา

ข้อมูลรายละเอียดของหลักสูตรและรายวิชาหลักสูตรนวัตกรรมธุรกิจ สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2570 ได้จัดทำรายละเอียดหลักสูตรและรายละเอียดรายวิชาอย่างครบถ้วนและทันสมัย โดยครอบคลุมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างหลักสูตร วัตถุประสงค์ ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง เนื้อหาวิชา วิธีการจัดการเรียนการสอน และการประเมินผลการเรียนรู้ เอกสารดังกล่าวได้รับการเผยแพร่ผ่านช่องทางที่เข้าถึงได้อย่างสะดวก เช่น เว็บไซต์มหาวิทยาลัย ระบบสารสนเทศการเรียนการสอน และคู่มือนิสิต ตลอดจนมีการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างทั่วถึงและโปร่งใส

2.2 การออกแบบหลักสูตรให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้

การออกแบบโครงสร้างหลักสูตรได้รับการออกแบบภายใต้หลักการ Constructive Alignment โดยเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบระหว่าง ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา วิธีการจัดการเรียนการสอน และวิธีการประเมินผล เพื่อให้มั่นใจว่าการเรียนรู้ในทุกหมวดวิชาสนับสนุนการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรในภาพรวมอย่างมีประสิทธิภาพ หลักสูตรจัดรายวิชาให้ครอบคลุมทุกหมวด ได้แก่ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะบังคับ หมวดวิชาเฉพาะเลือก และหมวดวิชาเลือกเสรี เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาสมรรถนะอย่างต่อเนื่องและบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร

2.3 การนำข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มมาใช้ในการออกแบบหลักสูตร โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภายนอก

กระบวนการออกแบบและปรับปรุงหลักสูตรยึดถือการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ได้แก่ นายจ้าง และศิษย์เก่า ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมผ่านการสำรวจความคิดเห็น การสัมภาษณ์ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อนำมาสะท้อนความต้องการที่แท้จริงของตลาดแรงงาน โดยข้อเสนอแนะที่ได้ถูกวิเคราะห์และบูรณาการเข้าสู่การออกแบบโครงสร้างและเนื้อหาหลักสูตร ทั้งในด้านผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชาและระดับหลักสูตร การมีส่วนร่วมของศิษย์เก่าช่วยสะท้อนความเหมาะสมของหลักสูตรจากประสบการณ์จริง และข้อคิดเห็นจากนายจ้างช่วยยืนยันความจำเป็นของทักษะในอนาคต

2.4 การจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาส่งเสริมการบรรลุผลการเรียนรู้อย่างชัดเจน

การจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาได้รับการออกแบบเพื่อสนับสนุนการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLO) และเชื่อมโยงต่อเนื่องสู่ผลลัพธ์การเรียนรู้หลักสูตร (PLO) โดยมุ่งเน้นการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายและสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 แนวทางที่ใช้ประกอบด้วยการเรียนรู้เชิงรุก การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อผู้เรียนให้พร้อมต่อการทำงานจริง

2.5 รายวิชาในหลักสูตรมีการออกแบบโครงสร้างหลักสูตรอย่างสมเหตุสมผล

การจัดลำดับรายวิชาในหลักสูตรได้รับการออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากรายวิชาพื้นฐานที่มุ่งสร้างรากฐานความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้เรียน จากนั้นต่อเนื่องด้วยรายวิชาระดับกลางที่เน้นการประยุกต์ใช้ความรู้และพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ ก่อนจะนำไปสู่รายวิชาเฉพาะทางที่เสริมสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการบริหารธุรกิจ การออกแบบเช่นนี้ทำให้เกิดการบูรณาการความรู้ในลักษณะต่อเนื่องและเป็นขั้นตอน ช่วยให้ผู้เรียนเชื่อมโยงความรู้เชิงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.6 หลักสูตรมีการจัดทางเลือกให้กับนิสิตเพื่อสร้างความเชี่ยวชาญพิเศษ

หลักสูตรได้จัดรายวิชาเลือกเฉพาะเพื่อเปิดโอกาสให้นิสิตเลือกเรียนตามความสนใจและความถนัด อันจะช่วยสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่ตรงกับเส้นทางอาชีพในอนาคต รายวิชาเลือกเฉพาะที่เปิดสอนมีความหลากหลาย ครอบคลุม เช่น นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบเชิงนวัตกรรม ศิลปะการขายสมัยใหม่ การโฆษณา ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด และการจัดการนวัตกรรมการตลาด เป็นต้น การจัดให้มีรายวิชาในลักษณะนี้ช่วยให้นิสิตได้ต่อยอดองค์ความรู้เฉพาะด้าน สร้างความโดดเด่นทางวิชาชีพ และยกระดับความพร้อมในการทำงานจริงภายหลังสำเร็จการศึกษา

2.7 การทบทวนและปรับปรุงหลักสูตร

หลักสูตรมีการจัดระบบการทบทวนและปรับปรุงหลักสูตร (Curriculum Review) ตามระยะเวลาและขั้นตอนที่กำหนดอย่างชัดเจน โดยอย่างน้อยทุก 5 ปี เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัย (Up-to-date) และสอดคล้องกับ มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล และความต้องการของตลาดแรงงานในระดับชาติ ทั้งนี้กระบวนการทบทวนจะดำเนินการโดยอาศัยข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และผ่านการพิจารณาอนุมัติตามขั้นตอนที่มหาวิทยาลัยกำหนด

3. แนวทางการสอนและการเรียนรู้ (Teaching and Learning Approach)

3.1 ปรัชญาการศึกษาและการถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มี ปรัชญาการศึกษา “เรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง บูรณาการความรู้ เรียนรู้ตลอดชีวิต” ที่มุ่งเน้นการพัฒนาบัณฑิตให้เป็นผู้รู้จริง ผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การบูรณาการองค์ความรู้ และการสร้างเจตคติแห่งการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยผสมผสานทั้ง ความรู้ทางวิชาการ คุณธรรมและจริยธรรม และ ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยปรัชญานี้ได้รับการสื่อสารผ่านเอกสารหลักสูตร เว็บไซต์ของคณะ คู่มือนิสิต การประชุมวิชาการ ตลอดจนกิจกรรมปฐมนิเทศ และถูกนำมาใช้เป็นกรอบการออกแบบรายวิชาและกิจกรรมการเรียนการสอนทุกขั้นตอน เพื่อให้แน่ใจว่าการเรียนรู้มีทิศทางที่สอดคล้องกับ พันธกิจของมหาวิทยาลัยและมาตรฐานอุดมศึกษาแห่งชาติ

3.2 กิจกรรมการจัดการเรียนและการสอนเปิดโอกาสให้นิสิตมีส่วนร่วมรับผิดชอบ

กิจกรรมการเรียนรู้ในหลักสูตรได้รับการออกแบบเพื่อให้นิสิตมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเอง ผ่านกระบวนการที่หลากหลาย เช่น การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ การทำงานกลุ่ม การอภิปรายในชั้นเรียน การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน และการทำวิจัย กิจกรรมเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างทักษะสำคัญ ได้แก่ การคิดเชิงวิเคราะห์ การตัดสินใจอย่างมีข้อมูล การทำงานเป็นทีม ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และการนำเสนออย่างเป็นมืออาชีพ ซึ่งล้วนเป็นสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาทางด้านบริหารธุรกิจ ทั้งนี้ แนวทางการจัดกิจกรรมยังสะท้อนปรัชญาการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เพื่อเตรียมความพร้อมให้นิสิตสามารถพัฒนาตนเองและประสบความสำเร็จในเส้นทางวิชาชีพได้อย่างยั่งยืน

3.3 กิจกรรมการจัดการเรียนและการสอนมีกระบวนการ Active Learning โดยนิสิต

รายวิชาในหลักสูตรมีกระบวนการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการเรียนรู้เชิงรุกซึ่งกระตุ้นให้นิสิตเป็นผู้แสวงหาความรู้ วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยอาจารย์ผู้สอนทำหน้าที่เป็นผู้เอื้ออำนวยการเรียนรู้ และผู้ให้คำแนะนำเชิงวิชาการ วิธีการที่นำมาใช้ ได้แก่ การวิเคราะห์กรณีศึกษา การใช้สถานการณ์จริงประกอบการเรียนการสอน การใช้ซอฟต์แวร์และเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนการอภิปรายเชิงวิพากษ์ ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเชิงลึกและการคิดเชิงวิเคราะห์ และเปิดโอกาสให้นิสิตได้เรียนรู้ทั้งในมิติของทฤษฎีและการประยุกต์ใช้จริงควบคู่กัน

3.4 กิจกรรมการจัดการเรียนและการสอนส่งเสริมให้นิสิตเกิดการเรียนรู้ รู้จักวิธีเรียน มีทักษะในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

กิจกรรมการเรียนการสอนมุ่งพัฒนาให้นิสิตเกิดทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเน้นให้ผู้เรียนรู้จักวิธีเรียนรู้ ผ่านการตั้งคำถามเชิงสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล การสื่อสารและนำเสนอแนวคิดใหม่ ตลอดจนการลงมือปฏิบัติจริง กิจกรรมเหล่านี้ช่วยให้นิสิตสามารถพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในสายอาชีและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ไม่หยุดนิ่ง พร้อมทั้งเสริมสร้างความพร้อมในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง นอกจากการเรียนการสอนในชั้นเรียนแล้ว หลักสูตรยังจัดกิจกรรมนอกห้องเรียนเพื่อเปิดโอกาสให้นิสิตได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง เช่น การฝึกงาน การศึกษาดูงาน การเข้าร่วมสัมมนากิจกรรมบริการวิชาการแก่สังคม รวมถึงการทำโครงการหรือกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายนอก กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงช่วยเชื่อมโยงความรู้เชิงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง แต่ยังเสริมสร้างทักษะการทำงานเป็นทีม ความเป็นผู้นำ และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งล้วนเป็นคุณลักษณะสำคัญของบัณฑิตในศตวรรษที่ 21

3.5 กิจกรรมการจัดการเรียนและการสอน มีการบ่มเพาะนิสิตให้เกิดความคิดใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และแนวคิด ของการเป็นผู้ประกอบการ

หลักสูตรมุ่งเน้นการพัฒนานิสิตให้มีความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการคิดเชิงนวัตกรรม และแนวคิดความผู้ประกอบการ โดยผสานการเรียนรู้เชิงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริงผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ การทำวิจัย สหกิจ ฝึกงาน และการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งในและนอกหลักสูตร ตลอดจนการบูรณาการการเรียนรู้และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้นิสิตสามารถนำองค์ความรู้ไปต่อยอดและสร้างคุณค่าใหม่ในเชิงวิชาชีพและเชิงธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

3.6 การประเมินและการปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง

หลักสูตรมีระบบการประเมินและทบทวนการจัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยอาศัยข้อมูลจากการประเมินรายวิชา การสะท้อนผลการเรียนรู้ของนิสิต การประเมินความพึงพอใจ

ตลอดจนข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ข้อมูลที่ได้รับถูกนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อหาจุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุง ก่อนนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบและวิธีการสอนให้มีความเหมาะสมและทันสมัย กระบวนการนี้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นว่าการเรียนการสอนสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

4. การประเมินผลนิสิต (Student Assessment)

4.1 วิธีการวัดและประเมินผลที่หลากหลาย

หลักสูตรได้กำหนดวิธีการวัดและประเมินผลที่หลากหลายและเหมาะสมกับลักษณะของแต่ละรายวิชา เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้และผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้งในระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร การประเมินครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ โดยใช้วิธีการที่หลากหลาย เช่น การสอบกลางภาคและปลายภาค การสอบเชิงปฏิบัติการ การจัดทำรายงานต่าง ๆ การนำเสนอผลงานโครงงาน การทำงานกลุ่ม การปฏิบัติจริง และการประเมินจากสถานการณ์จำลอง แนวทางดังกล่าวช่วยสะท้อนสมรรถนะของผู้เรียนได้อย่างรอบด้านและสร้างความมั่นใจว่าผลการเรียนรู้สอดคล้องกับความต้องการของและตลาดแรงงาน

4.2 การกำหนดนโยบายการวัดและประเมินผลนิสิต และการอุทธรณ์ผล การประเมินอย่างชัดเจน มีการสื่อสารให้นิสิตทราบ และมีการนำไปปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน

หลักสูตรกำหนดนโยบายการวัดและประเมินผลเป็นลายลักษณ์อักษร โดยครอบคลุมหลักการสำคัญด้านความโปร่งใส ความเป็นธรรม และความชัดเจนของเกณฑ์การให้คะแนน พร้อมทั้งมีกระบวนการอุทธรณ์ผลการประเมินที่เป็นระบบ นโยบายดังกล่าวได้รับการประกาศอย่างเป็นทางการและสื่อสารให้นิสิตรับทราบผ่านหลายช่องทาง ได้แก่ คู่มือนิสิต เว็บไซต์ของคณะ การปฐมนิเทศ และการชี้แจงในรายวิชา อาจารย์ผู้สอนทุกคนถือปฏิบัติตามแนวทางเดียวกัน เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพและมาตรฐานการประเมินที่เท่าเทียม ช่วยให้นิสิตมั่นใจว่าการประเมินผลมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และสะท้อนสมรรถนะที่แท้จริงอย่างเป็นธรรม

4.3 การกำหนดมาตรฐานและกระบวนการวัดผลและประเมินผล

หลักสูตรได้กำหนดมาตรฐานการวัดผลและประเมินผล และกระบวนการติดตามความก้าวหน้าของนิสิตอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งระหว่างการศึกษา และเมื่อสิ้นสุด/สำเร็จการศึกษา เช่น การติดตามความก้าวหน้ารายวิชา การประเมินรายปี และการสอบเมื่อสำเร็จการศึกษา โดยมีการสื่อสารเกณฑ์และมาตรฐานที่ชัดเจนและใช้อย่างเป็นแนวทางเดียวกัน เพื่อสร้างความโปร่งใส ความเป็นธรรม และความเชื่อมั่นว่าผลการประเมินสะท้อนสมรรถนะของนิสิตได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับเป้าหมายการเรียนรู้ของหลักสูตร

4.4 วิธีการวัดผลและประเมินผล

การประเมินผลของหลักสูตรดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริก (Rubrics) แนวทางการให้คะแนน กำหนดการประเมินผล และอ้างอิงตามระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างมาตรฐานการประเมินที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ แนวทางดังกล่าวช่วยให้การประเมินมีความเที่ยงตรง ความน่าเชื่อถือ และความเป็นธรรม เพื่อรับรองว่านิสิตทุกคนได้รับการประเมินอย่างเท่าเทียม

4.5 วิธีการวัดผลและประเมินผล ที่สามารถวัดการบรรลุตามผลการเรียนรู้ที่ คาดหวังของหลักสูตรและแต่ละรายวิชาได้

วิธีการประเมินผลในแต่ละรายวิชาถูกออกแบบให้สามารถวัดและตรวจสอบการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (ELO) ได้อย่างชัดเจน โดยมีการเชื่อมโยงผลการเรียนรู้รายวิชา (CLO) เข้ากับผล

การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO) ผ่านกระบวนการ CLO–PLO Mapping ทั้งนี้ ผลการประเมินจะถูกรายงานทั้งในระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการประกันคุณภาพการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

4.6 การให้ข้อเสนอแนะจากผลการประเมินแก่นิสิตอย่างเหมาะสมทันเวลา

ผลการประเมินการเรียนรู้มีการสะท้อนกลับแก่นิสิตอย่างเหมาะสมและทันเวลา โดยผู้สอนให้คำแนะนำเชิงสร้างสรรค์ ช่วยให้นิสิตเข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อน และแนวทางพัฒนาตนเองต่อไป กระบวนการนี้ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงรุกและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ผู้สอนยังให้ข้อเสนอแนะทั้งรายบุคคลและรายกลุ่มอย่างทันท่วงที ผ่านการให้คะแนนพร้อมคำอธิบาย การปรึกษาแบบตัวต่อตัว และการสะท้อนผลการเรียนรู้เพื่อช่วยให้นิสิตแก้ไขข้อบกพร่องและต่อยอดศักยภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.7 มีการประเมิน ทบทวน และปรับปรุงวิธีการและกระบวนการวัดผลและ ประเมินผลนิสิตอย่างต่อเนื่อง หลักสูตรมีการประเมิน ทบทวน และปรับปรุงวิธีการวัดผลอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยข้อมูลจากการประชุมคณาจารย์ การสำรวจความคิดเห็นของนิสิต และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. คณาจารย์ (Academic Staff)

5.1 แผนอัตรากำลังอาจารย์

หลักสูตรได้จัดทำแผนอัตรากำลังอาจารย์อย่างเป็นระบบ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณการรับนิสิต พันธกิจ และมาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2565 โดยมีการวิเคราะห์ความต้องการกำลังคนในทุกภารกิจหลัก ได้แก่ การเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม แผนครอบคลุมการวางแผนทดแทนกำลังอาจารย์ ในกรณีลาออก ย้ายสังกัด หรือเกษียณอายุ โดยจัดให้มีการคัดเลือกอาจารย์ใหม่ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์มาตรฐาน การสนับสนุนการเลื่อนตำแหน่งทางวิชาการ การต่อสัญญาจ้างและการเลิกจ้างตามระเบียบของมหาวิทยาลัย โดยมีการประเมินผลก่อนการต่อสัญญา ตลอดจนการวางแผนรองรับการเกษียณอายุล่วงหน้า แผนดังกล่าวได้รับการทบทวนประจำปีและเสนออนุมัติในที่ประชุมคณะกรรมการประจำคณะ เพื่อให้มั่นใจว่าจำนวนและคุณภาพของอาจารย์เพียงพอและเหมาะสมต่อการปฏิบัติภารกิจหลักทั้งสี่ด้านของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

5.2 หลักสูตรมีการประเมิน วิเคราะห์ และกำกับติดตามข้อมูลภาระงานของอาจารย์

หลักสูตรมีระบบการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ภาระงานอาจารย์ โดยใช้แบบฟอร์มมาตรฐานตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด ซึ่งครอบคลุมการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยกำหนดภาระงานขั้นต่ำ 35 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ข้อมูลเหล่านี้จะถูกรวบรวม วิเคราะห์และรายงานต่อคณะกรรมการประจำคณะ เพื่อใช้ปรับปรุงการกระจายภาระงาน ลดความซ้ำซ้อน และส่งเสริมสมดุลการทำงานของอาจารย์ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาผลงานประจำปี

5.3 หลักสูตรมีการกำหนด ประเมิน และสื่อสารสมรรถนะ

หลักสูตรได้กำหนดและประเมินสมรรถนะที่จำเป็นของอาจารย์อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ทางวิชาการ ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา ความสามารถด้านการวิจัยและการสอน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน ตลอดจนคุณธรรมและจริยธรรม ผลการประเมินถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอาจารย์และการมอบหมายงานให้เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ และความถนัดของแต่ละบุคคล เพื่อส่งเสริมคุณภาพการเรียนการสอนและความก้าวหน้าในวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

5.4 การมอบหมายภาระงาน

หลักสูตรมีระบบการมอบหมายภาระงานโดยพิจารณาตามคุณวุฒิ ประสบการณ์ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของอาจารย์แต่ละท่าน การมอบหมายงานทำให้การจัดการเรียนการสอนเป็นไปอย่างมีคุณภาพและตรงตามความเชี่ยวชาญของคณาจารย์ โดยคำนึงถึงการกระจายภาระงานที่สมดุลระหว่างการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

5.5 หลักสูตรมีการส่งเสริมความก้าวหน้าหรือการให้รางวัลแก่อาจารย์

หลักสูตรมีระบบส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิชาชีพและการให้รางวัลแก่คณาจารย์อย่างเป็นธรรม อาทิ การพิจารณาเลื่อนตำแหน่งทางวิชาการ การเลื่อนขั้นเงินเดือน การพิจารณาความดีความชอบ และการมอบรางวัลเชิดชูเกียรติ โดยอ้างอิงผลการปฏิบัติงานในด้านการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งช่วยสร้างแรงจูงใจและพัฒนาคุณภาพอาจารย์อย่างต่อเนื่อง

5.6 หลักสูตรมีการกำหนดและสื่อสารให้เข้าใจถึงสิทธิ บทบาทหน้าที่

หลักสูตรได้กำหนดและสื่อสารสิทธิ สิทธิพิเศษ สิทธิประโยชน์ หน้าที่ และความรับผิดชอบของอาจารย์อย่างชัดเจน รวมถึงจรรยาบรรณทางวิชาชีพและการรักษาความเป็นอิสระทางวิชาการ ผ่านคู่มืออาจารย์ โครงสร้างการบริหารงาน และการประชุมชี้แจงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คณาจารย์ทุกคนเข้าใจบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของตนได้อย่างถูกต้องและโปร่งใส ทั้งยังช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส และตรวจสอบได้

5.7 หลักสูตรมีระบบการกำหนดความต้องการด้านการฝึกอบรมและพัฒนาของอาจารย์

หลักสูตรมีระบบการวิเคราะห์ความต้องการฝึกอบรมเพื่อตรวจสอบความต้องการพัฒนาของอาจารย์เป็นรายบุคคลและรายกลุ่ม และจัดทำแผนกิจกรรมการพัฒนา เช่น การอบรมด้านนวัตกรรมการเรียนการสอน การอบรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การวิจัยและการตีพิมพ์ การศึกษาดูงานและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสถาบันทั้งในและต่างประเทศ แผนเหล่านี้ช่วยเพิ่มศักยภาพของอาจารย์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและสังคม

5.8 หลักสูตรมีการนำการบริหารผลการปฏิบัติงาน

หลักสูตรได้นำระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานมาใช้ในการประเมินคุณภาพอาจารย์ โดยพิจารณาทั้งด้านการสอนและการวิจัย พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับระบบรางวัลและการยกย่องเชิดชูเกียรติ เช่น รางวัลอาจารย์ดีเด่น รางวัลผลงานวิจัยดีเด่น และการประกาศเกียรติคุณในระดับมหาวิทยาลัยและระดับชาติ ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจ ส่งเสริมคุณภาพการทำงาน และยกระดับมาตรฐานอาจารย์ให้สอดคล้องกับเกณฑ์ AUN-QA และมาตรฐานระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

6. บริการสนับสนุนนิสิต (Student Support Services)

6.1 การสื่อสารและการเผยแพร่นโยบายการรับเข้าเรียน

หลักสูตรกำหนดนโยบาย เกณฑ์ และขั้นตอนการรับนิสิตเข้าเรียนอย่างชัดเจน ทันสมัย และโปร่งใส โดยเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย เอกสารคู่มือนิสิต และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้สมัคร ผู้ปกครอง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและเท่าเทียม กระบวนการดังกล่าวช่วยสร้างความเชื่อมั่นในความโปร่งใสและความเป็นธรรม

6.2 แผนการส่งเสริมและให้บริการแก่นิสิต

หลักสูตรได้จัดทำแผนระยะสั้นและระยะยาว (Short-term and Long-term Plans) ครอบคลุมการส่งเสริมและให้บริการแก่นิสิตทั้งด้านวิชาการและด้านไม่ใช่วิชาการ ได้แก่ การให้คำปรึกษาด้านการเรียน การวิจัย และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ควบคู่กับการสนับสนุนด้านสุขภาพกายและจิต การพัฒนาทักษะการใช้ชีวิต และกิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรม การดำเนินงานตามแผนการส่งเสริมและให้บริการแก่นิสิตมีความเพียงพอและมีคุณภาพ เพื่อช่วยตอบสนองต่อความต้องการของนิสิตอย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย

6.3 ระบบติดตามความก้าวหน้าและผลการเรียนของนิสิต

หลักสูตรได้จัดทำระบบบันทึกและติดตามข้อมูลความก้าวหน้าทางการเรียนของนิสิตอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาใช้ในการให้ข้อเสนอแนะและคำปรึกษาเชิงรายบุคคล รวมถึงการดำเนินการแก้ไขและช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาการย้ายสาขา การลาออก หรือการไม่สำเร็จการศึกษาตามกำหนด อันเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้นิสิตสามารถพัฒนาตนเองและสำเร็จการศึกษาได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

6.4 กิจกรรมเสริมหลักสูตรและการพัฒนาประสบการณ์

หลักสูตรมีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อให้นิสิตเข้าร่วม อาทิ กิจกรรมจิตอาสา กิจกรรมเสริมสร้างภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม กิจกรรมด้านนวัตกรรมและผู้ประกอบการ กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และกิจกรรมพัฒนาทักษะสายอาชีพ พร้อมทั้งสนับสนุนการเข้าร่วมประกวดและแข่งขันทางวิชาการและนวัตกรรม กิจกรรมเหล่านี้ช่วยให้นิสิตได้รับการพัฒนาอย่างรอบด้าน ทั้งด้านวิชาการ ทักษะการทำงาน และคุณธรรม จริยธรรม ส่งเสริมศักยภาพและเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพและการมีงานทำหลังสำเร็จการศึกษา

6.5 มีการประเมินการส่งเสริมและให้บริการแก่นิสิต และนำผลไปเทียบเคียงสมรรถนะและพัฒนาคุณภาพ

หลักสูตรได้กำหนดสมรรถนะที่จำเป็นของบุคลากรสายสนับสนุนไว้อย่างชัดเจน ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการสรรหา การบรรจุเข้าปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง สมรรถนะดังกล่าวรวมถึงการให้บริการด้านวิชาการ การแนะแนวและให้คำปรึกษา การจัดกิจกรรมนิสิต และการสนับสนุนด้านจิตวิทยา เพื่อให้มั่นใจว่าการบริการต่าง ๆ ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของนิสิตและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย อีกทั้งยังมีการกำหนดโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความราบรื่นและประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างเป็นระบบ กระบวนการเหล่านี้ไม่เพียงช่วยสนับสนุนคุณภาพชีวิตและการเรียนรู้ของนิสิต แต่ยังสะท้อนถึงความใส่ใจในการจัดการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของมหาวิทยาลัยอย่างรอบด้าน

6.6 การประเมินและการพัฒนาคุณภาพบริการ

หลักสูตรมีระบบการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจของนิสิตต่อบริการสนับสนุนทั้งด้านวิชาการและไม่ใช่วิชาการอย่างต่อเนื่อง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ การสะท้อนความคิดเห็นและการสัมภาษณ์กลุ่ม ข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปเปรียบเทียบกับมาตรฐานการบริการของมหาวิทยาลัยและเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น เพื่อประเมินระดับคุณภาพและค้นหาช่องว่างในการพัฒนา ผลการประเมินทั้งหมดจะถูกนำมาวางแผนปรับปรุงและยกระดับบริการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การสนับสนุนแก่นิสิต

มีมาตรฐานสูงขึ้น ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริง และสามารถรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิผล

7. สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน (Facilities and Infrastructure)

7.1 ทรัพยากรทางกายภาพ

หลักสูตมีการจัดเตรียมทรัพยากรทางกายภาพที่เพียงพอและเหมาะสม เช่น อาคารเรียน ห้องเรียน วัสดุอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และสื่อการสอนที่ได้มาตรฐาน เพื่อรองรับการเรียนการสอนทั้งในรูปแบบการบรรยาย การอภิปราย การสาธิต และการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ โดยทุกห้องเรียนติดตั้งเครื่องฉายโปรเจกเตอร์ ระบบเสียง อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และสื่อสนับสนุนการเรียนการสอนทั้งแบบ On-site และ Online อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีพื้นที่สนับสนุนการเรียนรู้ เช่น Co-working Space ห้องอ่านหนังสือกลุ่มย่อย และพื้นที่สันทนาการ เพื่อให้นิสิตใช้ประโยชน์ในการเรียนรู้อย่างเต็มที่

7.2 ห้องปฏิบัติการและอุปกรณ์

หลักสูตรได้จัดเตรียมห้องปฏิบัติการสตูดิโอ ห้องคอมพิวเตอร์ เพื่อให้นิสิตได้ฝึกปฏิบัติเสมือนจริงตามความต้องการของตลาดแรงงาน

7.3 การจัดเตรียมห้องสมุดดิจิทัลที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสาร

มหาวิทยาลัยมีห้องสมุดที่ทันสมัยและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขั้นสูง สามารถเชื่อมโยงฐานข้อมูลวิชาการทั้งในระดับชาติและนานาชาติ รวมถึงฐานข้อมูลเฉพาะทางด้านการจัดการและการตลาด เพื่อสนับสนุนการเรียน การสอน และการวิจัย นอกจากนี้ยังมีระบบ E-Library ที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยช่วยให้นิสิตและบุคลากรสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาอย่างสะดวกและต่อเนื่อง

7.4 การจัดหาหรือพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการที่สำคัญของบุคลากรและนิสิต

หลักสูตรมีการจัดหาและพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการสำคัญของบุคลากรและนิสิต เช่น ระบบทะเบียนนิสิตที่เชื่อมโยงกับระบบกลางของมหาวิทยาลัย Learning Management System (LMS) สำหรับการเรียนการสอนออนไลน์และแบบผสมผสาน KU Google Workspace และระบบ e-Learning ที่สนับสนุนการเรียนรู้ร่วมกัน ระบบสารสนเทศงานวิจัยที่ช่วยให้อาจารย์บริหารจัดการงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.5 มหาวิทยาลัยมีการจัดโครงสร้างด้านคอมพิวเตอร์และเครือข่ายที่สามารถเข้าถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยมีโครงสร้างพื้นฐานด้านไอทีที่ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด เช่น Wi-Fi ครอบคลุมทุกอาคาร ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด และพื้นที่ส่วนกลาง ระบบเครือข่ายมีความเร็วสูงและมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้นิสิตและบุคลากรสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการบริหารจัดการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

7.6 มาตรฐานสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และความปลอดภัย

มหาวิทยาลัยมีการกำหนดและดำเนินงานตามมาตรฐานด้าน สิ่งแวดล้อม สุขภาพ และความปลอดภัย เช่น การติดตั้งอุปกรณ์ดับเพลิง ระบบสัญญาณเตือนเพลิง การจัดทำแผนการอพยพฉุกเฉิน

การตรวจสอบความปลอดภัยของอาคารและห้องปฏิบัติการเป็นประจำทุกปี รวมทั้งการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการและผู้มีความต้องการพิเศษ เช่น ทางลาด ห้องน้ำผู้พิการ และลิฟต์ที่รองรับการใช้งาน

7.7 สภาพแวดล้อมเอื้อต่อการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยจัดให้มี สภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคม และจิตใจ ที่เอื้อต่อการเรียนรู้และคุณภาพชีวิต เช่น พื้นที่พักผ่อน สวนสาธารณะ พื้นที่กิจกรรมสันทนาการ บริการให้คำปรึกษาทางจิตวิทยา และกิจกรรมพัฒนาทักษะชีวิต เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการเรียนและการใช้ชีวิต ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของนิสิตและบุคลากร

7.8 บุคลากรสายสนับสนุน

หลักสูตรมีการระบุและประเมิน ทักษะและความสามารถของบุคลากรสายสนับสนุน เช่น เจ้าหน้าที่ประจำคณะ เจ้าหน้าที่ห้องสมุด เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่สารสนเทศ โดยมีการจัดอบรมและพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถให้บริการสนับสนุนได้อย่างมีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของอาจารย์และนิสิต

7.9 การประเมินและปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

มหาวิทยาลัยมีระบบการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องสมุด ห้องปฏิบัติการ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริการสนับสนุนนิสิต โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามความพึงพอใจ การตรวจสอบโดยคณะกรรมการ และการรายงานคุณภาพประจำปี ผลการประเมินเหล่านี้ถูกนำมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นไปตามมาตรฐานสากลและตอบสนองความต้องการของผู้เรียน

8. ผลลัพธ์และความสำเร็จของหลักสูตร (Output and Outcomes)

8.1 ข้อมูลอัตราการสำเร็จการศึกษาและความก้าวหน้าของนิสิต

หลักสูตรมีการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตราการสำเร็จการศึกษา อัตราการคงอยู่ อัตราออกกลางคันและออกกลางคัน และระยะเวลาเฉลี่ยในการสำเร็จการศึกษาอย่างเป็นระบบ ข้อมูลดังกล่าวถูกนำไปใช้ทั้งในการกำกับติดตามและการเทียบเคียงกับหลักสูตรหรือสถาบันอ้างอิง เพื่อประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตร ระบุจุดแข็งและจุดที่ต้องพัฒนา และใช้เป็นฐานข้อมูลในการปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับมาตรฐานอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่อง

8.2 ข้อมูลการได้งานทำและการประกอบอาชีพ

หลักสูตรได้ติดตามและรวบรวมข้อมูลอัตราการได้งานทำของผู้สำเร็จการศึกษา การสร้างงานด้วยตนเอง การเป็นผู้ประกอบการ และการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบและประเมินความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะบัณฑิตกับความต้องการของตลาดแรงงาน ข้อมูลเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของหลักสูตรในการผลิตบัณฑิตที่มีความพร้อมต่อการประกอบอาชีพ และถูกนำมาใช้ในการพัฒนาหลักสูตรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในการประกอบอาชีพ

8.3 ข้อมูลผลงานวิจัยและงานสร้างสรรค์

หลักสูตรมีการจัดเก็บข้อมูลผลงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ รวมถึงกิจกรรมทางวิชาการและวิชาชีพที่อาจารย์และนิสิตมีส่วนร่วม เช่น การเผยแพร่บทความวิชาการ การนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมวิชาการ และการเข้าร่วมโครงการบริการวิชาการแก่สังคม เพื่อกำกับติดตามและเทียบเคียงกับหลักสูตรอ้างอิง ยกระดับคุณภาพให้สอดคล้องกับมาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา โดยข้อมูลเหล่านี้

ถูกนำไปใช้ในการประเมินคุณภาพและการเทียบเคียงสมรรถนะเพื่อต่อยอดสู่การยกระดับคุณภาพของหลักสูตร

8.4 การบรรลุผลลัพธ์ของหลักสูตร

หลักสูตรจัดทำข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อแสดงการบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามผลลัพธ์ทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะบัณฑิต โดยรวบรวมจากการประเมินผลการเรียนรู้ระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร (CLO–PLO) ตลอดจนการติดตามผู้สำเร็จการศึกษาและความเห็นจากนายจ้าง เพื่อนำไปใช้กำกับติดตาม เปรียบเทียบกับเป้าหมายและหลักสูตรอ้างอิง และป้อนกลับสู่การปรับปรุงการสอน การสนับสนุนผู้เรียน และการพัฒนาหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

8.5 ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หลักสูตรเก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ นิสิต ศิษย์เก่า และนายจ้าง ผ่านแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการประชุมเชิงปฏิบัติการ จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อกำกับติดตามคุณภาพ เทียบเคียงสมรรถนะกับเป้าหมายและหลักสูตรอ้างอิง ระบุจุดแข็ง จุดอ่อน และกำหนดมาตรการปรับปรุง ทั้งด้านรายวิชา การสอน การสนับสนุนนิสิต และการพัฒนาบุคลากร เพื่อยกระดับคุณภาพหลักสูตรอย่างต่อเนื่องและตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม

9. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ตามเกณฑ์การประกันคุณภาพระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีการปรับปรุงตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา จำนวน 10 ตัวบ่งชี้ เพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารหลักสูตรและการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (มติที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุม ครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันจันทร์ที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2567) โดยให้มีผลเริ่มใช้ตั้งแต่ปีการศึกษา 2567 เป็นต้นไป

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีการศึกษา				
	2570	2571	2572	2573	2574
1. มีแผนการสอนของรายวิชา(Course Syllabus) ก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
2. จัดทำรายงานผลการดำเนินงานที่สะท้อนถึงผลสัมฤทธิ์ของผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชาและประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
3. จัดทำรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตรที่ประกอบด้วยข้อมูลพัฒนาการของผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตในหลักสูตรในแต่ละปีการศึกษา ภายใน 60 วันหลังสิ้นสุดปีการศึกษา	X	X	X	X	X
4. มีการทวนสอบกระบวนการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลผลลัพธ์ผู้เรียนใน	X	X	X	X	X

ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีการศึกษา				
	2570	2571	2572	2573	2574
ระดับชั้นปีหรือหลักปีการศึกษาและให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) แก่ผู้เรียน					
5. มีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนกลยุทธ์การสอนหรือการประเมินการเรียนรู้จากผลการทวนสอนหรือผลการดำเนินงานในปีการศึกษาที่ผ่านมา ซึ่งได้รับความเห็นจากคณะกรรมการประจำหลักสูตร/ภาควิชา	X	X	X	X	X
6. อาจารย์ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรโดยเฉพาะอาจารย์ใหม่ต้องได้รับการชี้แนะให้ มีความรู้ความเข้าใจวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร	X	X	X	X	X
7. อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการและ/หรือวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่สอนหรือเทคนิคการเรียนการสอนอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	X	X	X	X	X
8. บุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอนทุกคนที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ให้กับนิสิต (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการและ/หรือวิชาชีพภายใต้ความรับผิดชอบของส่วนงานต้นสังกัด	X	X	X	X	X
9. ระดับความพึงพอใจของนิสิตปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพการบริหารหลักสูตรโดยรวมเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 และคะแนนเต็ม 5.0	X*	X*	X*	X	X
10. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0	X*	X*	X*	X*	X

* เป็นการประเมินตัวชี้วัดต่อเนื่องจากหลักสูตรเล่มก่อนหน้านี้

9. ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร และการบริหารคุณภาพ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ใช้รูปแบบประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตรตามเกณฑ์ AUN-QA ซึ่งมีการบริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่ประกาศใช้และตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ตลอดระยะเวลาที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร โดยมีคณะกรรมการพัฒนาและบริหารหลักสูตร ประกอบด้วย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน เป็นผู้บริหารหลักสูตรให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขานวัตกรรมธุรกิจ จึงมีระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตรและการบริหารคุณภาพให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

9.1 ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร

9.1.1 การออกแบบหลักสูตร ควบคุม กำกับการจัดทำรายวิชาต่าง ๆ ให้มีเนื้อหาและการปฏิบัติที่ทันสมัย

การออกแบบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ มุ่งเน้นการออกแบบโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาที่สัมพันธ์กับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรอาศัยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียกับหลักสูตรอย่างรอบด้าน และอาศัยแนวคิดการออกแบบหลักสูตรแบบย้อนกลับ (Backward Curriculum Design) เพื่อนำไปสู่การออกแบบ PLO และ CLO ร่วมกันในคณะกรรมการการพัฒนาหลักสูตรฯ และผ่านกระบวนการปรับปรุงจากข้อมูลการสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อกรอบโครงสร้างหลักสูตรและรายวิชาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนวัตกรรมธุรกิจจากหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมีกระบวนการออกแบบหลักสูตร ดังนี้

1. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ ให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 ตามวิสัยทัศน์ของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ และพันธกิจของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ รวมถึงให้สอดรับกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและอนาคต

2. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการวิจัยสถาบัน เพื่อจัดทำรายงานวิจัยสถาบันสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ โดยศึกษาข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตรฯ อย่าง รอบด้าน

3. คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรร่วมกันวิเคราะห์โครงสร้างหลักสูตรรายวิชาและกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้และการประเมินผลนิสิตในหลักสูตรเดิม และอ้างอิงข้อมูลจากรายงานวิจัยสถาบัน รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ทั้ง 4 ด้าน คือ (1) ด้านความรู้ (2) ด้านทักษะ (3) ด้านจริยธรรม และ(4) ด้านลักษณะบุคคล มาใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการพัฒนาและออกแบบผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร กำหนดรายวิชา เนื้อหาสาระรายวิชาและแผนการเรียนของแต่ละรายวิชา

4. คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรประชุมร่วมกันและพิจารณาความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ผลลัพธ์ของหลักสูตร รายวิชาเฉพาะบังคับ รายวิชาเฉพาะเลือก กระบวนการจัดการเรียนรู้ และกลยุทธ์การประเมิน เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปจัดแผนการเรียนสำหรับนิสิตแต่ละชั้นปีต่อไป

5. คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรยกร่างหลักสูตรฉบับปรับปรุงและจัดการวิพากษ์หลักสูตรโดยมีคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพิจารณาและวิพากษ์หลักสูตร ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในแขนงวิชา เพื่อให้ได้ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรและลักษณะของรายวิชาที่ทันสมัย รวมทั้งการจัดการเรียนการสอนที่พัฒนาศักยภาพของผู้เรียนตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

6. คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรร่วมกันปรับปรุงหลักสูตรตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนำหลักสูตรเสนอความเห็นชอบตามลำดับขั้นตอนในคณะกรรมการ

ภายในคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ และคณะกรรมการระดับมหาวิทยาลัย ก่อนนำไปให้สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) รับทราบหลักสูตร

7. คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรประชาสัมพันธ์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คู่มือนิสิต เว็บไซต์คณะ โครงการปฐมนิเทศนิสิตและผู้ปกครอง การประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

8. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนนำหลักสูตรไปจัดการเรียนการสอนให้แก่นิสิตควบคู่กับการประเมินผลจากข้อมูลและหลักฐานการเรียนรู้ของนิสิตเพื่อดำเนินการกำกับและติดตามการจัดการเรียนการสอนในทุกรายวิชาตามหลักสูตร

9. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนดำเนินการสรุปและรายงานผลการดำเนินการบริหารจัดการหลักสูตรประจำปี เพื่อประกันคุณภาพหลักสูตรและนำผลการประเมินจากนิสิตไปใช้ประกอบการตัดสินใจปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน และการประเมินผลผู้เรียนในปีการศึกษาต่อไป

9.1.2 การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ มีการวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา โดยมีกรอบการพิจารณาอาจารย์ผู้สอนจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง ของอาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนในหลักสูตร สำหรับบางวิชาอาจมีผู้สอนมากกว่า 1 ท่าน จึงมีรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบการสอนร่วม เพื่อให้ได้แง่มุมทางวิชาการและประสบการณ์จริงที่หลากหลายครอบคลุมจากคณะอาจารย์ผู้สอน นอกจากนี้ อาจารย์ผู้สอนและผู้รับผิดชอบรายวิชาต่าง ๆ ต้องมีการประชุมร่วมกันเพื่อจัดทำแผนการสอนแต่ละรายวิชาก่อนเปิดภาคการศึกษา และดำเนินการชี้แจงแผนการจัดการเรียนการสอน เกณฑ์การวัดและการประเมินผลให้นิสิตทราบในวันแรกของการเรียนการสอน อีกทั้งมีระบบการประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอนทั้งในช่วงระหว่างและหลังการจัดการเรียนการสอนของแต่ละรายวิชาเพื่อนำข้อมูลการประเมินการสอนในรายวิชาต่าง ๆ จากนิสิตมาร่วมกันกำหนดแนวทางการปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอนในปีการศึกษาถัดไป

9.1.3 การประเมินผู้เรียน การกำกับให้มีการประเมินตามสภาพจริงด้วยวิธีการประเมินที่หลากหลาย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ มีการกำหนดวิธีการประเมินผู้เรียนตามสภาพจริงด้วยวิธีการที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลและหลักฐานการเรียนรู้ของผู้เรียนมาใช้ในการปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การประเมินการปฏิบัติการสอนของนิสิตขณะออกฝึกประสบการณ์สหกิจศึกษา โดยใช้การสังเกตและการให้คะแนน การประเมินผลงานที่ได้รับมอบหมาย การนำเสนอผลงาน หรือการประเมินจากการปฏิบัติการสอน การประเมินความรู้ ทักษะและคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และสมรรถนะที่พึงประสงค์ ต่าง ๆ ในรูปแบบของการประเมินโดยผู้สอน การประเมินตนเองตามความเหมาะสมของงานที่ได้รับมอบหมาย มีการให้ข้อมูลย้อนกลับจากผู้สอนเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน

นอกจากนี้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบร่วมกันในกระบวนการทวนสอบมาตรฐานตามผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO) และผลสัมฤทธิ์ของนิสิต ดังนี้

1) ชี้แจงผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรและวางแผนการพัฒนานิสิตให้บรรลุตามผลลัพธ์การเรียนรู้ในแต่ละรายวิชาร่วมกันระหว่างอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

2) ออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาและการพัฒนาศักยภาพของนิสิตเป็นรายบุคคลโดยใช้แนวคิดการจัดการเรียนรู้เชิงรุก

3) กำกับและประเมินกิจกรรมการสอนของอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาร่วมกับการประเมินและตรวจสอบพัฒนาการของนิสิตในระหว่างการเรียนรู้

4) ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนรู้ของอาจารย์เพื่อพัฒนาศักยภาพของนิสิตให้ดียิ่งขึ้น โดยมีการทวนสอบระดับรายวิชา เช่น การทวนสอบในระดับรายวิชาโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร การทวนสอบในระดับรายวิชาโดยนิสิตประเมินการเรียนการสอน และการวิเคราะห์ความเหมาะสมของการให้คะแนนงานที่มอบหมายให้นิสิตทำและคะแนนที่ได้จากการทดสอบจากการสอบถามนิสิตหรือการสุ่มตรวจผลงานของนิสิตโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

5) ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อร่วมกันประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้รายปีจากรายงานผลการทวนสอบและการประเมินตนเองของนิสิต จากนั้นจัดทำแผนการปรับปรุงรายวิชา ผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา รวมถึงประมวลการสอนเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาหลักสูตร

9.2 แผนการบริหารคุณภาพ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ มีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาให้นิสิตทุกคนที่สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรสามารถบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรได้ทุกคน หลักสูตรฯ จึงมีการกำหนดแผนการบริหารคุณภาพในกระบวนการจัดการศึกษา เพื่อให้มีการประกันคุณภาพเชิงผลลัพธ์และมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทุกกระบวนการ ดังตารางต่อไปนี้

กระบวนการจัดการศึกษา	การวางแผนคุณภาพ	ความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง	จุดควบคุมคุณภาพ
กระบวนการออกแบบหลักสูตรและสาระรายวิชา	1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของหลักสูตร 2. สำรวจความต้องการของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเลือกสำรวจจากกลุ่ม เป้าหมายของหลักสูตร 3. การนำความต้องการจากการสำรวจความต้องการของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มากำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs) และตัวชี้วัดผลลัพธ์การเรียนรู้ 4. ออกแบบโครงสร้างหลักสูตรให้สอดคล้องกับ	**ความเสี่ยง** ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเปลี่ยนไป อาจทำให้ได้ข้อมูลไม่ครอบคลุมหรือไม่ตรงตามสภาพจริง **การบริหารความเสี่ยง** 1. ผู้รับผิดชอบหลักสูตรติดตามการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขานวัตกรรมธุรกิจ 2. กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจให้หลากหลายและครอบคลุม รวมทั้งใช้เครื่องมือสำรวจที่มีความ	1. หลักสูตรมีการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักอย่างครอบคลุม พร้อมทั้งใช้วิธีการคัดเลือกที่รัดกุมและเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้รับสะท้อนความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บัณฑิต 2. หลักสูตรมีการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบระหว่างรายวิชา สาระรายวิชา ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs) กระบวนการจัดการเรียนรู้ และการวัดและประเมินผล ให้สอดคล้องและสนับสนุนผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) 3. นิสิตได้เรียนรู้ตาม ลำดับขั้นการเรียนรู้ ได้เรียนรู้ผ่าน

กระบวนการจัดการศึกษา	การวางแผนคุณภาพ	ความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง	จุดควบคุมคุณภาพ
	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) 5. กำหนดรายวิชาที่จะสอนตามหมวดต่าง ๆ ในหลักสูตร ให้สอดคล้องกับจำนวนหน่วยกิตรวม ที่กำหนด และผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง	น่าเชื่อถือและผ่านการตรวจสอบคุณภาพ	กระบวนการ กำกับ ติดตาม ประเมินผล และสนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และผู้เรียนได้ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่หลักสูตรกำหนด
กระบวนการจัดการเรียนการสอน	1. กำหนดอาจารย์ผู้สอนตามคุณวุฒิ คุณสมบัติ และประสบการณ์สอนให้สอดคล้องกับรายวิชาที่สอน 2. มอบหมายอาจารย์ผู้สอนเขียนคำอธิบายรายวิชาและให้กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของแต่ละรายวิชา (CLOs) โดยให้ตอบสนองต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) 3. มอบหมายอาจารย์ผู้สอนจัดทำประมวลการสอนที่เน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ และกระบวนการเรียน 4. จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่อาจารย์ผู้สอนในหลักสูตรเกี่ยวกับเทคนิคและวิธีการจัดการเรียนการสอนให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	**ความเสี่ยง** 1. อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนบางท่านมีความรู้ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในการเรียนการสอนที่เน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตตามบริบทของหลักสูตร จึงส่งผลกระทบต่อการดำเนินการให้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมายในส่วนที่เกี่ยวข้อง **การบริหารความเสี่ยง** ประชาสัมพันธ์ และจัดประชุมเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุกและการพัฒนาผู้เรียนเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้	1. กำหนดสมรรถนะการสอนของอาจารย์ประจำหลักสูตรมีความสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของผู้สอน 2. การกำกับติดตามการทำประมวลการสอนให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) และรายวิชา 3. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิตตามผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร 4. การประเมินความพึงพอใจของนิสิตต่อการจัดการเรียนการสอน 5. จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน
กระบวนการวัดและประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้	1. มอบหมายอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชากำหนดกระบวนการวัดและประเมินผลลัพธ์การ	**ความเสี่ยง** อาจารย์ผู้สอนเก็บข้อมูลจากการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ได้ไม่ครบถ้วนตาม CLOs ที่กำหนดไว้	1. มีการกำกับติดตามการออกแบบการประเมินผลผู้เรียนให้สอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตรและรายวิชา

กระบวนการจัดการศึกษา	การวางแผนคุณภาพ	ความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง	จุดควบคุมคุณภาพ
	เรียนรู้ตาม CLOs ที่กำหนด 2. ให้นิสิตประเมินรายวิชา ประเมินผู้สอน และประเมินตนเองในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิต	**การบริหารความเสี่ยง** อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรดำเนินการกำกับติดตาม และประเมินผลโดยใช้การทวนสอบกระบวนการวัดและประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ในระหว่างภาคเรียน และนำผลการทวนสอบมาปรับปรุงกระบวนการหรือวิธีการวัดและประเมินให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสอดคล้องกับ CLOs และบริบทการเรียนการสอนในหลักสูตร	2. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนิสิตตามผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชาและระดับหลักสูตร 3. การประเมินความพึงพอใจของนิสิตต่อรูปแบบการประเมินผลในรายวิชา 4. ข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการประเมินการจัดการการเรียนการสอนของผู้เรียน
กระบวนการบริหาร และพัฒนาอาจารย์	1. กำหนดจำนวนอาจารย์เพื่อรับผิดชอบสอนในแต่ละรายวิชา มีกระบวนการคัดเลือกอาจารย์ผู้สอนตามคุณวุฒิ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์	**ความเสี่ยง** 1. ภาระงานของอาจารย์ที่ต้องรับผิดชอบ 2. อาจารย์ขาดคุณสมบัติในการเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตร	1. แผนพัฒนาบุคลากรตามความเชี่ยวชาญ 2. ผลการประเมินการสอน 3. สมรรถนะของอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ประจำหลักสูตร
	2. กำหนดให้อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการเรียนการสอน การสอดแทรกคุณธรรมและจริยธรรม ระหว่างการสอน	**การบริหารความเสี่ยง** 1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกันวางแผนอัตรากำลังและจัดทำแผนการบริหารภาระงานของอาจารย์ที่ต้องรับผิดชอบนิสิตให้เหมาะสม 2. กำกับดูแลให้อาจารย์ผลิตผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง	
	2. กำหนดให้อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการเรียนการสอน การสอดแทรกคุณธรรมและ	**การบริหารความเสี่ยง** 1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกันวางแผนอัตรากำลังและจัดทำแผนการบริหารภาระงานของอาจารย์ที่ต้อง	

กระบวนการจัดการศึกษา	การวางแผนคุณภาพ	ความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง	จุดควบคุมคุณภาพ
	จริยธรรม ระหว่างการสอน	รับผิดชอบนิสิตให้เหมาะสม 2. กำกับดูแลให้อาจารย์ผลิตผลงานทางวิชาการตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง	
กระบวนการบริหารทรัพยากรการเรียนรู้	1. จัดให้มีทรัพยากรการเรียนรู้และสภาพแวดล้อมที่จำเป็นในการเรียนรู้ให้แก่อาจารย์ นิสิต และเจ้าหน้าที่ โดยวางแผนการบริหารจัดการทรัพยากรของหลักสูตร 2. สำรวจความต้องการและจัดหาทรัพยากรการเรียนรู้และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเรียนรู้เพิ่มเติมแก่อาจารย์ นิสิต และบุคลากรของหลักสูตร	**ความเสี่ยง** การจัดสรรงบประมาณประจำปีในการจัดหาทรัพยากรการเรียนรู้มีจำกัดและโปรแกรมทางด้านการบริหารธุรกิจล้าสมัยเนื่องจากทรัพยากรการเรียนรู้และโปรแกรมทางการบริหารธุรกิจบางประเภทมีมูลค่าสูง **การบริหารความเสี่ยง** 1. จัดทำแผนงบประมาณให้มีประสิทธิภาพ และจัดหาทรัพยากร การเรียนรู้และโปรแกรมทางการบริหารธุรกิจตามความจำเป็นก่อนหลังอย่างเหมาะสม 2. จัดทำความร่วมมือกับผู้ให้บริการโปรแกรมทางการบริหารธุรกิจ	1. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อทรัพยากรการเรียนรู้ของผู้เรียนและอาจารย์ 2. ผลการสำรวจความต้องการความเพียงพอความพร้อมใช้งานของทรัพยากรการเรียนรู้

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1

ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

1) ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

วิชาแกน

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
วิชาแกน							
04302171 การบัญชีสำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ	1. อธิบายหลักการบัญชีเบื้องต้นได้		√				
	2. อธิบายการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการตัดสินใจได้		√				
	3. นำเสนอข้อมูลทางการบัญชีผ่านการใช้เทคโนโลยีได้			√			
04305211 การจัดการทางการเงิน I	1. นิสิตสามารถอธิบายเทคนิค และวิธีการจัดหาเงินทุนของธุรกิจได้		√				
	2. นิสิตสามารถวิเคราะห์งบลงทุน วิเคราะห์ค่าของทุน และคำนวณและวิเคราะห์การจัดหาเงินทุนในระยะสั้นได้		√				
04308101 การจัดการสมัยใหม่	1. อธิบายความหมายและองค์ประกอบที่สำคัญของหลักการจัดการได้	√					
	2. ประยุกต์ใช้ความรู้หลักการจัดการสำหรับการจัดการองค์การสมัยใหม่ได้		√				
	3. แสดงออกถึงทักษะการเป็นผู้นำ การสื่อสาร และการทำงานร่วมกับผู้อื่น				√		
04308102 หลักการตลาด	1. อธิบายแนวคิด บทบาท หน้าที่ และกระบวนการทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและนวัตกรรมธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค ตลาด คู่แข่งขัน และปัจจัยทางการตลาดจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้		√				
	3. วางแผนกลยุทธ์การตลาดเบื้องต้นหรือโครงงานนวัตกรรมทางการตลาด โดยประยุกต์ใช้การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด และส่วนประสมทางการตลาดได้			√			
	4. ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแผนการตลาด โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้				√		
	5. ประเมินการดำเนินงานทางการตลาดโดยคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจ การคุ้มครองข้อมูลผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้					√	

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
วิชาแกน							
04308111 เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ	1. วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ในการตัดสินใจทางธุรกิจ	√					
	2. ประเมินสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจและผลกระทบต่อธุรกิจในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล		√				
04308201 นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น	1. อธิบายแนวคิด หลักการ และความสำคัญของนวัตกรรมธุรกิจ รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในบริบทปัจจุบันได้	√					
	2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ข้อมูล และแนวโน้มทางธุรกิจจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจเบื้องต้นได้		√				
	3. พัฒนาและนำเสนอแนวคิดนวัตกรรมธุรกิจหรือโครงงานนวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้นโดยประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงนวัตกรรมได้			√			
04308202 การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน	1. อธิบายหลักการจัดการการปฏิบัติการสมัยใหม่ที่เชื่อมโยงกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ESG ได้	√					
	2. วิเคราะห์และประเมินระบบการ ปฏิบัติการสมัยใหม่ พิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อนและข้อจำกัดของระบบได้		√				
	3. ออกแบบและนำเสนอแนวทางการ ปรับปรุงระบบการปฏิบัติการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนได้			√			
04308203 กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	1. อธิบายหลักการการดำเนินงานด้านกฎหมาย ธุรกิจความรับผิดด้านกฎหมายธุรกิจ					√	
	2. อธิบายหลักการด้านภาษีอากร ความรับผิดด้านภาษีเพื่อวางแผนภาษี เพื่อบุคคลและธุรกิจ		√				
	3. อธิบายหลักการกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ		√				
04308204 ดิจิทัลทางธุรกิจ	1. อธิบายแนวคิดหลักการและบทบาทของระบบดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล	√					
	2. อธิบายโมเดลธุรกิจดิจิทัลและการ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการสร้างคุณค่า		√				
	3. อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยี ข้อมูลและกระบวนการทางธุรกิจ		√				
	4. ตระหนักถึงคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและผลกระทบของ ดิจิทัลต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					√	

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
วิชาแกน							
04308205 สถิติธุรกิจ	1. อธิบายการเลือกใช้เทคนิคทางสถิติที่สอดคล้องกับโจทย์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติที่สอดคล้องกับโจทย์ทางธุรกิจได้ถูกต้อง		√				

แขนงวิชานวัตกรรมการจัดการ

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
วิชาเฉพาะบังคับ							
04308211 การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่	1. แสดงออกถึงการมีจริยธรรมและ คุณธรรมในการดำเนินงานด้านบุคลากร มีความเสมอภาคและเป็นไปตามกฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง					√	
	2. อธิบายหลักการดำเนินงานด้านบุคลากรสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีด้านบุคลากรเพื่อให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล				√		
04308212 การสื่อสารองค์การในยุคดิจิทัล	1. อธิบายหลักการสำคัญ ทฤษฎีการสื่อสารองค์การและรูปแบบการสื่อสารองค์การ	√					
	2. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสารระดับระหว่างบุคคล และระดับองค์การได้อย่างถูกต้องเหมาะสม				√		
04308213 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดการ	1. อธิบายแนวคิดด้านสภาพแวดล้อมธุรกิจ	√					
	2. สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ		√				
	3. ออกแบบและนำเสนอโมเดลธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม			√			
04308311 การวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ	1. อธิบายหลักการและเครื่องมือการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้โดยใช้วิธีการและเครื่องมือเชิงปริมาณที่เหมาะสมได้		√				
	3. ประยุกต์ใช้ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์และการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจได้			√			
04308312 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	1. อธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบระบบสารสนเทศทางธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์ปัญหาขององค์กรด้านระบบสารสนเทศทางธุรกิจได้		√				

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308313 การจัดการโครงการ	1. อธิบายหลักการและกระบวนการบริหารโครงการได้	√					
	2. วิเคราะห์ความเป็นไปได้และข้อจำกัดของโครงการได้		√				
	3. ออกแบบแผนงานโครงการเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้			√			
	4. แสดงภาวะผู้นำ ประสานงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่นในการดำเนินโครงการได้				√		
04308314 ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ	1. ประเมินและเลือกใช้เลือกใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่เหมาะสมกับข้อมูลทางธุรกิจ มีจริยธรรม และรับผิดชอบต่อผลการใช้งานได้		√			√	
	2. ประยุกต์เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์(AI) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรได้				√		
04308315 การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ	1. อธิบายความสัมพันธ์ของระบบงานในองค์กรธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์และออกแบบระบบงานทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้		√				
04308316 ความคิดสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม	1. อธิบายหลักการความคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงออกแบบเพื่อการพัฒนานวัตกรรมได้	√					
	2. วิเคราะห์ปัญหา ความต้องการ และโอกาสทางธุรกิจเพื่อกำหนดแนวทางการสร้างนวัตกรรมได้		√				
	3. พัฒนาและออกแบบแนวคิดนวัตกรรมหรือแนวทางแก้ปัญหาทางธุรกิจโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบได้			√			
04308317 ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่	1. อธิบายลักษณะและทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ	√					
	2. ประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีในการแสวงหาโอกาสสร้างสรรค์ธุรกิจและดำเนิน ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล		√				
04308391 ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ	1. อธิบายหลักการ ระเบียบวิธี และกระบวนการวิจัยทางธุรกิจเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง	√					
	2. วิเคราะห์และเลือกใช้ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือวิจัยที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้		√				
	3. ออกแบบและวางแผนโครงงานวิจัยทางธุรกิจโดยกำหนดปัญหาวิจัย วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และวิธีดำเนินการวิจัยได้อย่างเหมาะสม			√			

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	4. พัฒนาและนำเสนอรายงานการวิจัยทางธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ				√		
04308411 กลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต	1. วิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ผันผวน เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางองค์กรได้อย่างมีวิสัยทัศน์และจริยธรรม		√				
	2. ออกแบบและสร้างแบบจำลองธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Models) ที่สามารถสร้างคุณค่าและความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน			√			
	3. ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์			√			
	4. แสดงออกถึงภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และทำงานร่วมกับผู้อื่นในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง พร้อมสื่อสารแผนกลยุทธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย				√		
04308497 สัมมนา	1. วิเคราะห์ปัญหาทางนวัตกรรมธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้		√				
	2. จัดทำบทสรุปเพื่อการนำเสนอประเด็นด้านนวัตกรรมธุรกิจร่วมกับผู้อื่นได้			√			
	3. แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ทางวิชาการ				√		
04308498 ปัญหาพิเศษ	1. วิเคราะห์ปัญหา สภาพแวดล้อม และประเด็นทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ	√					
	2. รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจได้		√				
	3. วางแผนและพัฒนาโครงการหรือแนวทางแก้ไขปัญหาทางธุรกิจโดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมธุรกิจได้			√			
	4. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และทักษะการสื่อสารในการนำเสนอผลการศึกษาและการพัฒนาโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ				√		
	5. ดำเนินการศึกษาและพัฒนาโครงการภายใต้หลักจริยธรรมทางวิชาการ จริยธรรมทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคม					√	

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
วิชาเฉพาะเลือก							
04308221 การสรรหา คัดเลือกและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	1. อธิบายแนวคิด หลักการ กระบวนการ และเทคนิคสมัยใหม่ด้านการสรรหา คัดเลือก และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง	√					
	2. วิเคราะห์และเลือกใช้ข้อมูล เครื่องมือดิจิทัล และเทคนิคที่เหมาะสมในการสรรหา คัดเลือก และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้		√				
	3. ออกแบบและวางแผนโครงการด้านการสรรหา คัดเลือก และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ			√			
	4. พัฒนาและนำเสนอแนวทางการสรรหา คัดเลือก และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ				√		
04308222 การพัฒนาองค์การ	1. อธิบายแนวคิด หลักการ และกระบวนการพัฒนาองค์การเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัญหาทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง	√					
	2. วิเคราะห์และเลือกใช้ข้อมูล เครื่องมือ และเทคนิคการวินิจฉัยองค์การเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม		√				
	3. ออกแบบและวางแผนกิจกรรมการพัฒนาองค์การและการบริหารการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ			√			
	4. พัฒนาและนำเสนอแนวทางการพัฒนาองค์การโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ				√		
04308231 ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมสมัยใหม่	1. อธิบายแนวคิด CSR/ESG และบทบาทของธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้	√					
	2. วิเคราะห์ผลกระทบทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงโอกาสด้านความยั่งยืนของธุรกิจได้		√				
	3. ออกแบบกิจกรรมหรือโครงการ CSR/ESG โดยบูรณาการหลักการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความยั่งยืน			√			

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308241 เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนวัตกรรมธุรกิจ	1. อธิบายหลักการและคุณลักษณะของประเภทของเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้ในการทำ Data Analysis ได้	√					
	2. เลือกใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและประเภทของข้อมูลได้		√				
	3. บูรณาการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลกับเครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้				√		
04308321 การจัดการค่าตอบแทนและผลการปฏิบัติงาน	1. อธิบายความรู้ ความเข้าใจในบทบาท หน้าที่ ของผู้บริหารต่อการจัดการผลการ ปฏิบัติ งานและ การจ่ายค่าตอบแทน มีความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด พื้นฐาน กระบวนการ เทคนิค การออกแบบทดสอบ การวัดผลการปฏิบัติงานและการจ่ายค่าตอบแทน	√					
	2. บูรณาการองค์ความรู้ด้านค่าตอบแทน การจัดการผลการปฏิบัติงานไปประยุกต์ใช้ใน การทำงานจริงได้ในอนาคต		√				
04308322 การจัดการความรู้ในองค์การ	1. อธิบาย วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ ความหมาย ความสำคัญและประเภทขององค์ความรู้ ข้อมูล สารสนเทศ รวมถึงกระบวนการจัดการองค์ความรู้ในบริบทของ องค์การที่หลากหลาย	√					
	2. วิเคราะห์และเสนอแนะ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ รวมถึงแนวทางในการ ประเมินผลลัพธ์ ของการจัดการองค์ความรู้ในองค์การ พร้อมทั้งแสดงออกถึงความรับผิดชอบและจริยธรรม ในการจัดการและใช้ความรู้		√				
	3. ออกแบบและนำเสนอ แผนการจัดการองค์ความรู้เบื้องต้นสำหรับองค์การ โดยสามารถ เลือกใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม			√			
04308323 การพัฒนาอย่างยั่งยืนกับกิจการเพื่อสังคม	1. อธิบายหลักการพื้นฐานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมได้	√					
	2. ออกแบบกิจกรรมการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมได้อย่างเหมาะสม					√	
04308331 การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	1. อธิบายแนวคิด ทฤษฎีหลักการเจรจาต่อรองได้อย่างถูกต้อง			√			
	2. เสริมสร้างความสามารถในการเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพ			√			
	3. แสดงออกถึงภาวะความเป็นผู้นำ ทักษะการทำงานเป็นทีม และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ				√		

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308332 หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	1. อธิบายหลักการ แนวคิด และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในบริบทตลาดโลก	√					
	2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ และเลือกใช้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม โดยสนับสนุนด้วยเครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์		√				
	3. ทำงานร่วมกับผู้อื่นข้ามวัฒนธรรม และสื่อสารนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจในบริบทสากลอย่างเหมาะสม โดยเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรม				√		
04308333 การจัดการธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน	1. อธิบายรูปแบบการจัดการธุรกิจครอบครัว ธรรมนูญครอบครัว และหลักการริเน็นในการบริหารธุรกิจครอบครัวได้	√					
	2. ประยุกต์ใช้หลักการจัดการธุรกิจครอบครัวสำหรับการสืบทอดธุรกิจครอบครัวในอนาคตได้		√				
04308341 นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ	1. วิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ ความต้องการของลูกค้า และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรมและโมเดลธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์และเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมในการออกแบบและพัฒนาโมเดลธุรกิจได้		√				
	3. ออกแบบและพัฒนาโมเดลธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าและความได้เปรียบทางการแข่งขันได้			√			
04308342 การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ	1. อธิบายพื้นฐานและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางธุรกิจโดยคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้ข้อมูลได้		√				
	3. สื่อสารและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ				√		
04308421 การจัดการคุณภาพเพื่อความเป็นเลิศในการดำเนินงาน	1. อธิบายเครื่องมือคุณภาพสมัยใหม่ที่สนับสนุนความเป็นเลิศในการดำเนินงานขององค์กรได้	√					
	2. ประเมินปัญหาคุณภาพในกระบวนการการดำเนินงานขององค์กรได้		√				
	3. ประยุกต์ใช้เครื่องมือคุณภาพในการเสนอแนวทางปรับปรุงกระบวนการอย่างเป็นระบบ			√			

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308422 ภาวะผู้นำและการพัฒนาทีมงาน	1. สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ					√	
	2. สามารถวางแผน พัฒนา สร้างแรงจูงใจ อย่างมีประสิทธิภาพ			√			
	3. มีทักษะ ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีมและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ				√		
04308423 การจัดการวิกฤตและการเปลี่ยนแปลง	1. วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงและประเภทของวิกฤตที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์การ เพื่อจัดทำแผนรับมือวิกฤตได้อย่างเหมาะสม		√				
	2. บูรณาการแนวคิดและโมเดลการจัดการวิกฤตเข้ากับหลักการจัดการการเปลี่ยนแปลง เพื่อวางแผนการฟื้นตัวและการปรับตัวอย่างยืดหยุ่น			√			
	3. แสดงออกถึงภาวะผู้นำ และสื่อสารข้อมูลระหว่างเกิดวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย				√		
04308431 การจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อความยั่งยืน	1. วิเคราะห์และประเมินปัญหาทางจริยธรรมและความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					√	
	2. บูรณาการแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าเข้ากับกลยุทธ์องค์การ และประยุกต์ใช้หลักการบริหารจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนและวัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพ		√				
	3. ออกแบบและสร้างแบบจำลองการบริหารจัดการการเคลื่อนที่และเครือข่าย เน้นความยืดหยุ่นและประสิทธิภาพด้านต้นทุนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล				√		

แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
วิชาเฉพาะบังคับ							
04308157 อัตลักษณ์ความเป็นนักวิชาชีพด้านการตลาด	1. อธิบายเส้นทางอาชีพหลักในสายงาน การตลาด ความต้องการทักษะแต่ละบทบาท และจริยธรรมทางด้านการตลาด	√					
	2. ประเมินความเหมาะสมของตนเองกับบทบาทต่าง ๆ ทางการตลาด		√				
	3. สร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นนักการตลาดที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคและตลาดพลวัต		√				

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308251 พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล	1. อธิบายแนวคิด หลักการ ความสำคัญ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล กระบวนการตัดสินใจซื้อ เส้นทางผู้บริโภค และปัจจัยด้านจิตวิทยา สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้		√				
	3. วางแผนพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลหรือโครงงานนวัตกรรมธุรกิจ โดยใช้ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างตัวตนผู้บริโภคได้			√			
	4. ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางการตลาดดิจิทัล โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้				√		
	5. ประเมินการใช้ข้อมูลผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล โดยคำนึงถึงจริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้					√	
04308253 การตลาดดิจิทัล	1. วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในโลกดิจิทัลได้อย่างแม่นยำ		√				
	2. ปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในโลกดิจิทัล			√			
	3. ใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ					√	
04308352 การตลาดระหว่างประเทศ	1. เข้าใจแนวคิดพื้นฐานสภาพแวดล้อมตลาดต่างประเทศ เพื่อระบุโอกาสความเสี่ยง และเลือกตลาดเป้าหมายได้อย่างมีเหตุผล	√					
	2. ออกแบบกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด กำหนดเป้าหมายทางการตลาด และตำแหน่งทางการตลาดส่วนประสมทางการตลาด สำหรับตลาดต่างประเทศ			√			
	3. พัฒนากลยุทธ์การตลาด บริหารโครงงานนวัตกรรมให้เหมาะกับความต้องการผู้บริโภค และบริบทแต่ละประเทศ			√			
	4. นำแผนกลยุทธ์ไปใช้โดยยึดหลักจริธรรม ความยั่งยืน และข้อบังคับมาตรฐานการตลาดระหว่างประเทศตามแนวทางการตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					√	

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308361 การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	1. อธิบายแนวคิด หลักการ และกระบวนการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและนวัตกรรมธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค ตลาด คู่แข่งขัน วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์จากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้		√				
	3. วางแผนพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือโครงงานนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดด้านการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมธุรกิจได้			√			
	4. ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้				√		
	5. ประเมินกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และแนวทางการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้					√	
04308362 กลยุทธ์ด้านราคา	1. อธิบายแนวคิด ทฤษฎี นโยบายด้านราคา หลักเศรษฐศาสตร์ราคา และบทบาทของราคาในการบริหารธุรกิจและการตลาดเชิงนวัตกรรมได้	√					
	2. วิเคราะห์ต้นทุน ความต้องการของตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยทางจิตวิทยา คู่แข่งขัน และคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านราคาได้		√				
	3. วางแผนและพัฒนากลยุทธ์ด้านราคาเชิงนวัตกรรม โดยใช้ข้อมูล เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และเครื่องมือทางการตลาดสมัยใหม่ได้			√			
	4. ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางกลยุทธ์ด้านราคา โดยใช้ทักษะการทำงานเป็นทีม การสื่อสาร และเทคโนโลยีดิจิทัลได้				√		
	5. ประเมินผลกระทบของกลยุทธ์ด้านราคา โดยคำนึงถึงกฎหมาย จริยธรรมทางธุรกิจ ความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้					√	

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308371 การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่	1. เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านช่องทางการตลาดสมัยใหม่กับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โครงสร้างช่องทาง และบทบาทของผู้เกี่ยวข้องในระบบตลาด	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการออกแบบช่องทาง การเลือกคนกลาง การบริหารโลจิสติกส์ และการประเมินประสิทธิภาพช่องทางการตลาด		√				
	3. วางแผนพัฒนาโครงงานด้านการจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่โดยประยุกต์ใช้แนวคิดช่องทางแบบบูรณาการ เทคโนโลยีดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ			√			
	4. นำเสนอแผนกลยุทธ์ช่องทางการตลาดผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม				√		
	5. ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่					√	
04308381 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่	1. วางแผนแคมเปญการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ตอบโจทย์ ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง เพื่อเพิ่มมูลค่าแบรนด์			√			
	2. พัฒนาแผนการสื่อสาร แบบกลุ่ม โดยบูรณาการเครื่องมือต่าง ๆ และนำเสนอเชิง เหตุผล				√		
	3. นำเสนอแผนการสื่อสาร และแคมเปญเชิงกลยุทธ์และผลลัพธ์ ของแคมเปญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมืออาชีพ				√		
04308383 จริยธรรมทางการตลาด	1. อธิบายแนวคิด หลักการ ความสำคัญ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางการตลาดในบริบทของธุรกิจยุคดิจิทัลและนวัตกรรมธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์ประเด็นจริยธรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ผู้มีส่วนได้เสีย การวิจัยการตลาด การใช้ข้อมูล และการสื่อสารการตลาด โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจได้		√				
	3. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูลทางการตลาด และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานทางการตลาดอย่างโปร่งใส รับผิดชอบ และเป็นธรรมได้				√		
	4. วางแผนหรือเสนอแนวทางพัฒนาโครงงานนวัตกรรมธุรกิจหรือนวัตกรรมการตลาดที่คำนึงถึงจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้			√			

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	5. ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางการตัดสินใจทางการตลาดอย่างมีจริยธรรม โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และเทคโนโลยีดิจิทัลได้					√	
04308454 การจัดการนวัตกรรมการตลาด	1. เข้าใจแนวคิดกระบวนการ วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดและสามารถ วิเคราะห์เผื่อวางแผนกลยุทธ์ได้อย่างถูกต้อง	√					
	2. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดให้เหมาะสมกับธุรกิจ		√				
	3. ออกแบบการจัดการนวัตกรรมการตลาดและวางแผนการตลาได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ				√		
04308455 การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์	1. อธิบาย แนวคิด บทบาท และกระบวนการพยากรณ์ยอดขายที่เชื่อมโยงกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	√					
	2. วิเคราะห์ ข้อมูลยอดขาย ตลาด ลูกค้า และปัจจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการพยากรณ์ยอดขายและการตัดสินใจทางธุรกิจ		√				
	3. วางแผน การใช้ผลพยากรณ์ยอดขายเพื่อกำหนดเป้าหมายการขาย แผนการตลาด และแนวทางเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม			√			
04308491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่	1. วิเคราะห์ ปัญหาทางการตลาดและข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อกำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ และแนวทางการวิจัยที่เหมาะสม		√				
	2. วางแผน การวิจัยทางการตลาด โดยกำหนดรูปแบบการวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือวิจัย วิธีเก็บข้อมูล และแนวทางวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ			√			
	3. ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ การทำงานเป็นทีม และการสื่อสารในการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยทางการตลาด				√		
	4. ปฏิบัติ งานวิจัยทางการตลาดโดยยึดหลักจริยธรรมการวิจัย ความถูกต้องของข้อมูล และความรับผิดชอบต่อผู้ให้ข้อมูลและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					√	
04308497 สัมมนา	1. วิเคราะห์ปัญหาทางนวัตกรรมธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้		√				
	2. จัดทำบทสรุปเพื่อการนำเสนอประเด็นด้านนวัตกรรมธุรกิจร่วมกับผู้อื่นได้			√			
	3. แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ทางวิชาการ				√		

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308498 ปัญหาพิเศษ	1. วิเคราะห์ปัญหา สภาพแวดล้อม และประเด็นทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ	√					
	2. รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจได้		√				
	3. วางแผนและพัฒนาโครงการหรือแนวทางแก้ไขปัญหาทางธุรกิจโดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมธุรกิจได้			√			
	4. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และทักษะการสื่อสารในการนำเสนอผลการศึกษาและการพัฒนาโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ				√		
	5. ดำเนินการศึกษาและพัฒนาโครงการภายใต้หลักจริยธรรมทางวิชาการ จริยธรรมทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคม					√	
วิชาเฉพาะเลือก							
04308258 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด	1. ใช้ภาษาอังกฤษในการวางข้อความการ ตลาด การนำเสนอแบรนด์และการสื่อสารกับผู้บริโภคอย่าง เหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมาย				√		
	2. พัฒนาโครงงานที่ออกแบบแผนการสื่อสารการตลาดภาษาอังกฤษครบวงจร โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค				√		
	3. นำเสนอแผนการสื่อสารหรือแคมเปญทางการตลาดเป็นภาษาอังกฤษอย่างมืออาชีพ พร้อมอธิบายเหตุผลเชิงกลยุทธ์				√		
	4. ใช้เครื่องมือดิจิทัล เพื่อปรับปรุงความชัดเจน ความน่าสนใจ และประสิทธิภาพของเนื้อหา					√	
04308259 การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	1. เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโอกาสทางการตลาด	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ		√				
	3. วางแผนพัฒนาโครงงานนวัตกรรมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการโดยประยุกต์ใช้เครื่องมือวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ			√			
	4. นำเสนอแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม				√		

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	5. ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการวางแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ					√	
04308282 กราฟฟิกและการออกแบบสื่อทางการตลาด	1. อธิบายหลักการพื้นฐานของการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารการตลาดและการ สร้างเอกลักษณ์ภาพลักษณ์แบรนด์	√					
	2. ออกแบบสื่อการตลาด ทั้งแบบดิจิทัลและออฟไลน์ โดยใช้แนวคิดยึดลูกค้าเป็นสำคัญ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด					√	
	3. ใช้เครื่องมือดิจิทัล และซอฟต์แวร์ เพื่อสร้าง ปรับแต่ง และนำเสนอ เนื้อหาและสื่อประกอบแคมเปญการตลาด					√	
04308356 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	1. สื่อสารผลวิเคราะห์และข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ พร้อมสะท้อนการใช้ข้อมูลอย่างรับผิดชอบต่อสังคม		√				
	2. วิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคและตลาดด้วย เครื่องมือเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เพื่อสร้างเพิ่มมูลค่าในกับธุรกิจ		√				
	3. พัฒนาโครงงานที่ประยุกต์ผลการ วิเคราะห์ข้อมูลในการออกแบบแผนการตลาดและนำเสนออย่างเป็นระบบ				√		
04308359 ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด	1. ออกแบบแคมเปญการตลาดโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการปรับข้อความ การแนะนำผลิตภัณฑ์ แผนการสื่อสาร ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย			√			
	2. วิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคด้วยปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด		√				
	3. พัฒนาโครงงานที่ใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ เพื่อแก้โจทย์การตลาดจริง และนำเสนอผลลัพธ์เชิงกลยุทธ์				√		
04308363 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	1. เข้าใจแนวคิดพื้นฐานนวัตกรรมธุรกิจกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด	√					
	2. ประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลและปัญญา ประดิษฐ์ เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และตีความข้อมูลทางการตลาดสำหรับการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์		√				
	3. ออกแบบแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความต้องการของตลาด และเป้าหมายขององค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน			√			

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308364 การจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา	1. อธิบายแนวคิด บทบาท วิวัฒนาการ รูปแบบธุรกิจ และแนวโน้มของการค้าปลีกสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค ทำเลที่ตั้ง การจัดการสินค้า สินค้าคงคลัง ราคา การส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า และการแข่งขันค้าปลีกจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้		√				
	3. วางแผนพัฒนาแนวทางการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่หรือโครงงานนวัตกรรมค้าปลีก โดยประยุกต์ใช้แนวคิดทางการตลาด การจัดการ และนวัตกรรมธุรกิจได้			√			
	4. ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้				√		
	5. ประเมินแนวทางการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่โดยคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้					√	
04308365 กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	1. วิเคราะห์กลยุทธ์ตราสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมตรงตามหลักจริยธรรม		√				
	2. วางกลยุทธ์ตราสินค้า และปรับ ตำแหน่งแบรนด์ให้ตอบสนอง ต่อสภาพแวดล้อมการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล			√			
	3. จัดทำแผนกลยุทธ์แบรนด์เชิงบูรณาการ และนวัตกรรม โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยตลาด ปัญญาประดิษฐ์วิเคราะห์แบรนด์ และนำเสนอแผนในรูปแบบโครงงาน					√	
04308372 การจัดซื้อจัดหา	1. เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านการจัดซื้อจัดหากับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ห่วงโซ่คุณค่า และการแข่งขันขององค์กร	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการจัดซื้อจัดหา ผู้ขาย ต้นทุน ราคา ปริมาณ และความเสี่ยง		√				
	3. วางแผนพัฒนาโครงงานด้านการจัดซื้อจัดหาโดยประยุกต์ใช้กระบวนการจัดซื้อ การคัดเลือกผู้ขาย การประเมินผลงาน และการบริหารสัญญาอย่างเป็นระบบ			√			
	4. นำเสนอแนวทางปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อจัดหาผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม				√		

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	5. ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดหา					√	
04308373 การจัดการการขาย	1. เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านการจัดการการขายกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้ซื้อ และบทบาทของการขายในระบบการตลาดสมัยใหม่	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย ข้อมูลลูกค้า และข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาด้านการขาย		√				
	3. วางแผนพัฒนาโครงงานด้านการขายโดยประยุกต์ใช้การวางแผนการขาย การกำหนดเป้าหมาย การจัดการเขตขาย และการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ			√			
	4. นำเสนอแนวทางการจัดการการขายผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ การเจรจาต่อรอง และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม				√		
	5. ประยุกต์หลักกฎหมาย จริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการจัดการการขายและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า					√	
04308374 การค้าปลีกสมัยใหม่	1. อธิบายแนวคิด บทบาท วิวัฒนาการ รูปแบบธุรกิจ และแนวโน้มของการค้าปลีกสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค ทำเลที่ตั้ง การจัดการสินค้า สินค้าคงคลัง ราคา การส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า และการแข่งขันค้าปลีกจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้		√				
	3. วางแผนพัฒนาแนวทางการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่หรือโครงงานนวัตกรรมค้าปลีก โดยประยุกต์ใช้แนวคิดทางการตลาด การจัดการ และนวัตกรรมธุรกิจได้			√			
	4. ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้				√		
	5. ประเมินแนวทางการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่โดยคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้					√	

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
04308375 ศิลปะการขายสมัยใหม่	1. อธิบาย แนวคิด บทบาท และกระบวนการของศิลปะการขายสมัยใหม่ที่เชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและพฤติกรรมลูกค้า	√					
	2. วิเคราะห์ ข้อมูลลูกค้า ตลาด คู่แข่งขัน และโอกาสการขายจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางการขาย		√				
	3. ประยุกต์ใช้ ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ในการนำเสนอคุณค่าและขับเคลื่อนงานขายสมัยใหม่				√		
	4. ปฏิบัติ งานขาย การเจรจาต่อรอง และการบริการลูกค้าโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม					√	
04308384 การตลาดยั่งยืน	1. เข้าใจแนวคิดการตลาดที่เชื่อมโยงกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					√	
	2. ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่คำนึงถึง เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อตอบโจทย์ตลาดสมัยใหม่				√		
04308385 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	1. เข้าใจลักษณะแนวคิดกระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	√					
	2. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค customer journey และออกแบบ ประสบการณ์ ลูกค้าได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ		√				
	3. ประยุกต์ใช้กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เพื่อออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจได้			√			
	4. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนา การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และและสร้าง ความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าในธุรกิจ				√		
04308386 กลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการโปรโมตและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่	1. วิเคราะห์ ข้อมูลผู้บริโภค ตลาด ตราสินค้า คู่แข่งขัน และสถานการณ์ทางการตลาดจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการออกแบบกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรม		√				
	2. วางแผน กลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรม โดยกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสร้างสรรค์ เครื่องมือ สื่อ งบประมาณ และแนวทางประเมินผลได้อย่างเหมาะสม			√			
	3. ประยุกต์ใช้ ทักษะการทำงานเป็นทีม การสื่อสาร เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบและนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่				√		

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	4. ปฏิบัติ งานส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรม โดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม					√	
04308387 การโฆษณา	1. วิเคราะห์ประเด็นทางจริยธรรมในการโฆษณาและสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เคารพสิทธิ ผู้บริโภคคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสนับสนุน การสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน		√				
	2. ออกแบบกลยุทธ์การ โฆษณาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ในยุคดิจิทัล ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและบริบทของตลาด			√			
	3. สร้างเนื้อหา และชิ้นงานโฆษณาเบื้องต้น เพื่อพัฒนาแนวคิดและนำเสนอแคมเปญ โฆษณาอย่างเป็นระบบ					√	
04308466 การตลาดธุรกิจบริการ	1. เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านการตลาดธุรกิจบริการกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ลักษณะเฉพาะของบริการ และพฤติกรรมผู้บริโภคในภาคบริการ	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประสบการณ์ลูกค้า คุณภาพบริการ และความสัมพันธ์กับลูกค้า		√				
	3. วางแผนพัฒนาโครงงานด้านการตลาดธุรกิจบริการโดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ประสบการณ์ลูกค้า คุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความภักดีอย่างเป็นระบบ			√			
	4. นำเสนอแผนการตลาดธุรกิจบริการผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม				√		
	5. ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการออกแบบและบริหารการตลาดธุรกิจบริการ					√	
04308476 หลักการจัดการโลจิสติกส์สมัยใหม่	1. เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านโลจิสติกส์สมัยใหม่กับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ระบบการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน	√					
	2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านอุปสงค์ อุปทาน สินค้าคงคลัง การขนส่ง ต้นทุน และความเสี่ยงด้านโลจิสติกส์		√				
	3. วางแผนพัฒนาโครงงานด้านโลจิสติกส์โดยประยุกต์ใช้การวางแผนอุปสงค์ อุปทาน การจัดการสินค้าคงคลัง การขนส่ง การจัดตารางเวลา และการออกแบบเส้นทางอย่างเป็นระบบ			√			

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
	4. นำเสนอแนวทางปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม				√		
	5. ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการจัดการโลจิสติกส์อย่างยั่งยืน					√	
04308499 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดสมัยใหม่	1. ปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการตลาด การจัดการ หรือนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีความรับผิดชอบ มีวินัย และปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร					√	
	2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลของสถานประกอบการหรือแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา และการปฏิบัติงานทางธุรกิจได้		√				
	3. วางแผนและดำเนินงานที่ได้รับมอบหมายหรือโครงงานย่อยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสมัยใหม่ การจัดการ หรือนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างเหมาะสม			√			
	4. ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสถานประกอบการ โดยแสดงออกถึงทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม ภาวะผู้นำเบื้องต้น และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์ในการสนับสนุนการทำงานได้				√		
	5. ปฏิบัติงานและสะท้อนผลการเรียนรู้จากประสบการณ์วิชาชีพ โดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณในการทำงานได้					√	

วิชาสหกิจศึกษา/ฝึกงาน

วิชาเฉพาะและชื่อวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLO)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLO)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
วิชาสหกิจศึกษา/ฝึกงาน							
04308390 เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	1. อธิบายบทบาท หน้าที่ในขณะปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้						√
	2. เตรียมเอกสารเพื่อสมัครเข้ารับการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมธุรกิจในสถานประกอบการได้อย่างถูกต้อง						√
04308490 สหกิจศึกษา	1. ปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมธุรกิจตามที่ได้รับมอบหมายได้						√
	2. จัดทำรายงานเพื่อการนำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้						√

ภาคผนวก 2
บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล รองศาสตราจารย์ ดร.กันยารัตน์ สุขะวัธนกุล
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2565

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 Poungsuwan, C., Sukhawatthanakun, K., & Sanrach, R. 2024. Confirmatory factor analysis of the adaptation guidelines to technology disruption problems. **International Journal of Business Continuity and Risk Management**, 14(2), 139–158. (Scopus)	M	1.0
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์จาริตา หินเธาว์
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ปี พ.ศ. 2542

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 ภางาม ดานะ, ปัททมา สุริยกุล ณ อยุธยา และ จาริตา หินเธาว์. 2567. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลภายหลังการผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19. **วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ**, 11(1), 1-19. **(TCI: กลุ่มที่ 2)**	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2554

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ ไม่มี		
2. ผลงานวิจัย 2.1 กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์, ธนินท์ ตีรสวัสดิชัย, วรสิทธิ์ วงศ์อดิศัย, ฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์, ลัดดาพร กุลแก้ว, จาริตา หินเธาว์, และนัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์. 2569. การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษาอ.ส.ค. และ Vinamilk. **วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย** 8(2): 175-188. **(TCI: กลุ่มที่ 2)**	N	0.8
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธัญลักษณ์ เมืองโคตร
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ปี พ.ศ. 2548

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 พัดชา เศรษฐากา, กุลวดี แก้วก่า, มยูรกาญจน์ เดชกุญชร, ลักษณาวดี ทรายขาว, กรรณิการ์ ถนอมสิทธิ์, ธัญลักษณ์ เมืองโคตร, เปรมฤดี จิตรเกื้อกูล, บุษกร ครจำนงค์. 2568. การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมชุมชนข้าวเหนียวนครพนม, **วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร**, 42(1), 208-224. **(TCI: กลุ่มที่ 1)**	N	0.8
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์นัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ปี พ.ศ. 2552

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์, ธนินท์ ตีรสวัสดิชัย, วรสิทธิ์ วงศ์อดิศัย, ฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์, ลัดดาพร กุลแก้ว, จาริตา หินเธาว์, และนัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์. 2569. การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษาอ.ส.ค. และ Vinamilk. **วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย** 8(2): 175-188. **(TCI: กลุ่มที่ 2)**	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่นๆ -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล รองศาสตราจารย์ ดร.ปัททมา สุริยกุล ณ อยุธยา
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2563

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 อรชร เรียบชารี, ปัททมา สุริยกุล ณ อยุธยา และนัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์ 2569. อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการสำนักงานคลังจังหวัดนครพนม. **วารสารพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม**, 6(2), 14-28. (TCI: กลุ่มที่ 2)	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกูล
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2559

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 ธัญพร ฟุ้งเฟื่อง และเปรมฤดี จิตรเกื้อกูล. 2568. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Shopee. สักทอง. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 31(3), 46-66. **(TCI: กลุ่มที่ 2)**	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์ ดร.ภูริชชญา แตปรเมศามัย
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2559

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 Promphenrangsi, R., & Taeporamaysamai, P. 2024. The Impact of Participatory Development on Local Economic Development: The Case Study of E-San Gastronomy in Sakon Nakhon Province, Thailand. **Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences**, 7(3), 1342-1369. **(TCI: กลุ่มที่ 1)**	N	0.8
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาพร กุลแก้ว
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2562

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์, ธนินท์ ตีรสวัสดิชัย, วรสิทธิ์ วงศ์อดิศัย, ฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์, ลัดดาพร กุลแก้ว, จาริตา หินเธาว์, และนัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์. 2569. การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษา อ.ส.ค. และ Vinamilk. **วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย** 8(2): 175-188. **(TCI: กลุ่มที่ 2)**	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรสิทธิ์ วงศ์อดิศัย
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2563

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์, ธนินท์ ตีรสวัสดิชัย, วรสิทธิ์ วงศ์อดิศัย, ฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์, ลัดดาพร กุลแก้ว, จาริตา หินเธาว์, และนัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์. 2569. การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษา อ.ส.ค. และ Vinamilk. **วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย** 8(2): 175-188. (TCI: กลุ่มที่ 2)	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร
☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์ศิรินนา คำทะเนตร
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ปี พ.ศ. 2558

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1.ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2.ผลงานวิจัย 2.1 Kamonchanok Sanmuang, Atipat Boonmoh, Sirinna Khamtanet. 2025. English language needs of elderly entrepreneurs in a rural organic rice seed community in northeastern Thailand. **Journal of English Language and Linguistics**, 6(3), 386-399. **(TCI: กลุ่มที่ 2)**	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☑ อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณิการ์ สุภพล

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2565

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 Sukhawatthanakun, K. and Supapon, S. 2024. Agile marketing competency and innovation capability mediating on new product management for industrial business development guidelines. International Journal of Product Lifecycle Management, 15(3), 259–283. (Scopus)	M	1.0
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤตพงศ์ วัชระนุกูล

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ปี พ.ศ. 2545

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 กฤตพงศ์ วัชระนุกูล. 2567. การกำกับดูแลกิจการกับคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**. 41(1): 88-116. (TCI: กลุ่มที่ 1)	N	0.8
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2558

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์, ธนินท์ ตีรสวัสดิชัย, วรสิทธิ์ วงศ์อดิศัย, ฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์, ลัดดาพร กุลแก้ว, จาริตา หินเธาว์, และนัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์. 2569. การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษาอ.ส.ค. และ Vinamilk. **วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย** 8(2): 175-188. **(TCI: กลุ่มที่ 2)**	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์ ดร.ฐิตาวรรณ อินสะอาด

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2565

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 Kerdpitak, C., Suriyakul Na Ayudhya, P., Insaad, T., & Heuer, K. 2023. Business Model Innovation to Network Collaboration and Knowledge Management Practices in Thailand Pharmaceutical Industry Entrepreneur. **Kasetsart Journal of Social Sciences.** 44(2): 347-354. **(Scopus)**	M	1
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนินท์ ตีรสวัสดิชัย

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2565

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ -ไม่มี-		
2. ผลงานวิจัย 2.1 กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์, ธนินท์ ตีรสวัสดิชัย, วรสิทธิ์ วงศ์อดิศัย, ฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์, ลัดดาพร กุลแก้ว, จาริตา หินเธาว์, และนัฐนันท์ ศักดิ์สัมฤทธิ์. 2569. การวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม กรณีศึกษา อ.ส.ค. และ Vinamilk. **วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย** 8(2): 175-188. (TCI: กลุ่มที่ 2)	J	0.6
3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น -ไม่มี-		
4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม -ไม่มี-		

บรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ

☐ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ☐ อาจารย์ประจำหลักสูตร

☑ อาจารย์ผู้สอน ☐ อาจารย์พิเศษ

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญา งามจันทร์

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ปี พ.ศ. 2560

บรรณานุกรม	ระดับคุณภาพผลงาน	ค่าน้ำหนัก
1. **ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความวิชาการ** -ไม่มี-		
2. **ผลงานวิจัย** 2.1 ณัฐรุจา หมื่นสวัสดิ์ และปรัชญา งามจันทร์. 2567. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานราก. **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.** 4(2): 687-700. **(TCI: กลุ่มที่ 2)**	J	0.6
3. **ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น** -ไม่มี-		
4. **ผลงานวิชาการรับใช้สังคม** -ไม่มี-		

ภาคผนวก 3
แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่ (วช.มก. 1-1)

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308101 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการสมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Contemporary Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ (วิชาแกน)
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ศาสตร์ของการจัดการนับเป็นศาสตร์พื้นฐานของทุกๆ ศาสตร์ โดยเฉพาะในด้านของการบริหารองค์การธุรกิจ รายวิชาหลักการจัดการจึงเป็นรายวิชาที่มีความสำคัญที่จะช่วยให้องค์การธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพ แต่เนื่องจากในปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย องค์การธุรกิจก็ต้องปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน ดังนั้น ในการปรับปรุงรายวิชานี้จะช่วยให้นิสิตได้รู้จัก และเข้าใจในหลักการบริหารจัดการองค์การธุรกิจในยุคสมัยใหม่ รวมทั้งให้นิสิตได้เข้าใจถึงนวัตกรรมใหม่ๆ ทางด้านการจัดการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์การได้

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายความหมายและองค์ประกอบที่สำคัญของหลักการจัดการได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ประยุกต์ใช้ความรู้หลักการจัดการสำหรับการจัดการองค์การสมัยใหม่ได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 แสดงออกถึงทักษะการเป็นผู้นำ การสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะการสื่อสาร พร้อม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
	สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการ สภาพแวดล้อมองค์การ สภาพแวดล้อมระดับโลก จริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม การวางแผน การจัดองค์การ การนำ การควบคุม นวัตกรรมการจัดการ การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาองค์การ

Concepts and evolution of management. Organizational environment. Global environment. Business ethics. Corporate social responsibility. Planning. Organizing. Leading. Controlling. Innovation of management. Change management. Organizational development.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308102 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย หลักการตลาด
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Principles of Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ (วิชาแกน)
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การตลาดเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำความเข้าใจแนวคิด บทบาท และกระบวนการทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจยุคปัจจุบัน รายวิชานี้มุ่งให้นิสิตมีความรู้เกี่ยวกับหลักการตลาดสมัยใหม่ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด และการวิจัยการตลาดเบื้องต้น รวมทั้งสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล ระบบสารสนเทศ และปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ตลาดและการสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงจริยธรรมทางการตลาด การคุ้มครองข้อมูลผู้บริโภค และการตลาดอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาสมรรถนะของนิสิตให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรและความต้องการของตลาดแรงงานยุคดิจิทัล

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด บทบาท หน้าที่ และกระบวนการทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและนวัตกรรมธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค ตลาด คู่แข่งขัน และปัจจัยทางการตลาดจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 วางแผนกลยุทธ์การตลาดเบื้องต้นหรือโครงงานนวัตกรรมทางการตลาด โดยประยุกต์ใช้การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด และส่วนประสมทางการตลาดได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแผนการตลาด โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประเมินการดำเนินงานทางการตลาดโดยคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจ การคุ้มครองข้อมูลผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดของการตลาดสมัยใหม่ ความสำคัญ บทบาท หน้าที่ และสิ่งแวดล้อมทางการตลาดและกระบวนการทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการวางแผนทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวางแผนส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การวิจัยการตลาดขั้นพื้นฐาน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานทางการตลาด

Concept of modern marketing. Important, roles, functions, and marketing environment and marketing processes. Factors affecting marketing planning. Consumer behavior analysis. Market segmentation. Product positioning. Marketing mix planning using digital technology. Basic marketing research. Application of information technologies in marketing operations.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308111 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ (Economics for Business)
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ (วิชาแกน)
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเรียนรู้เกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ต่าง ๆ โดยเฉพาะเศรษฐศาสตร์จุลภาค และเศรษฐศาสตร์มหภาค เพื่อให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจได้ นอกจากนี้การบูรณาการความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศและเศรษฐกิจดิจิทัลจะช่วยให้เตรียมความพร้อมของนิสิตกลายเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ สามารถใช้ข้อมูลทางเศรษฐศาสตร์ประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ในการตัดสินใจทางธุรกิจ	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ประเมินสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจและผลกระทบต่อธุรกิจในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิชาเศรษฐศาสตร์ ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์และอุปทาน การผลิตและต้นทุนธุรกิจ โครงสร้างตลาดและการตั้งราคาในธุรกิจ การตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจ รายได้ประชาชาติ การเงินและการธนาคาร นโยบายการเงินและการคลัง เศรษฐกิจระหว่างประเทศ ความผันผวนของเศรษฐกิจ เศรษฐกิจดิจิทัล

Introduction to economics. Economic systems. Supply and demand. Production and business costs. Market structure and pricing in business. Business investment decision-making. National income. Finance and banking. Monetary and fiscal policy. International economics. Economic fluctuations. Digital economy.

8. **อาจารย์ผู้สอน**
   รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3
9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**
   รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308157 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย อัตลักษณ์ความเป็นนักวิชาชีพด้านการตลาด
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing Professional Identity
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การตลาดยุคใหม่ที่เน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ และเส้นทางอาชีพในสายงานการตลาด ตลอดจนประเมินความเหมาะสมของตนเองกับอาชีพนักการตลาดการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการพัฒนาอัตลักษณ์การตลาดให้เหมาะสมรวมทั้งผสานทักษะด้านการตลาดสมัยใหม่เข้ากับภาพลักษณ์อย่างมืออาชีพ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายเส้นทางอาชีพหลักในสายงานการตลาด ความต้องการทักษะแต่ละบทบาท และจริยธรรมทางด้านการตลาด	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ประเมินความเหมาะสมของตนเองกับบทบาทต่าง ๆ ทางการตลาด	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 สร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นนักการตลาดที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคและตลาดพลวัต	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

เส้นทางอาชีพในสายงานการตลาด การวิเคราะห์เส้นทางความก้าวหน้าในวิชาชีพ การพัฒนาอัตลักษณ์และการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล กลยุทธ์ที่ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางในการวางตำแหน่งบุคคล การใช้ข้อมูลเชิงลึกและเทคโนโลยีดิจิทัล บทบาทนักการตลาดและความรับผิดชอบ การประเมินความเหมาะสมของ

ตนเองกับบทบาททางด้านการตลาดเฉพาะทาง การวางแผนแผนที่อัตลักษณ์ส่วนบุคคลและการวางแผนการพัฒนาอาชีพ

Marketing career pathways. Professional trajectory analysis self-assessment. Identity development and personal branding. Consumer-centric strategies in individual positioning. Data-driven insights and digital technology. Marketer roles and responsibilities. Self-suitability assessment for specialized marketing roles. Personal identity mapping and career development planning.

8. **อาจารย์ผู้สอน**
   รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3
9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**
   รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308201 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Introduction to Business Innovation
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ (วิชาแกน)
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

   6.1 **ความสำคัญของรายวิชา**

เป็นรายวิชาพื้นฐานของหลักสูตรที่มุ่งสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด หลักการและกระบวนการด้านนวัตกรรมธุรกิจ เพื่อให้นิสิตสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ค้นหาโอกาสทางธุรกิจ และประยุกต์ใช้ข้อมูล เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ในการพัฒนาแนวคิดนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม การสื่อสาร และจริยธรรมทางธุรกิจ อันเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการศึกษารายวิชาในกลุ่มวิชาชีพด้านนวัตกรรมธุรกิจและการประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานในอนาคต.

6.2 **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต**

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด หลักการ และความสำคัญของนวัตกรรมธุรกิจ รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในบริบทปัจจุบันได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ข้อมูล และแนวโน้มทางธุรกิจจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจเบื้องต้นได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 พัฒนาและนำเสนอแนวคิดนวัตกรรมธุรกิจหรือโครงงานนวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้นโดยประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงนวัตกรรมได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิด หลักการ และกระบวนการจัดการนวัตกรรม ประเภทของนวัตกรรม กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการสร้างสรรค์ การประยุกต์ใช้เครื่องนวัตกรรม การพัฒนาโมเดลธุรกิจ การเริ่มต้นธุรกิจแบบลีน การจัดการทรัพย์สินทางปัญญา การประเมินโครงการนวัตกรรม การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมองค์กร

Concepts, principles, and processes of innovation management. Types of innovation. Innovation strategies. Environmental analysis for creativity. Application of innovation tools. Business model development. Lean startup. Intellectual property management. Innovation project evaluation. Innovation corporate culture creation.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308202 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sustainable Operations Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ (วิชาแกน)
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การจัดการการปฏิบัติการสมัยใหม่มีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรทั้งภาคการผลิตและบริการ โดยมุ่งเน้นการบูรณาการ แนวคิด ESG การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการสีเขียว และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการจัดการการปฏิบัติการสมัยใหม่ที่เชื่อมโยงกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ESG ได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์และประเมินระบบการปฏิบัติการสมัยใหม่ พิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อนและข้อจำกัดของระบบได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ออกแบบและนำเสนอแนวทางการปรับปรุงระบบการปฏิบัติการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

การจัดการการปฏิบัติการสมัยใหม่ที่สะท้อนแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน บูรณาการการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกกระบวนการและผังงาน การจัดการกำลังการผลิตและทำเลที่ตั้งอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การวางแผนและควบคุมระบบการผลิต การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดการคุณภาพ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

Modern operations management to reflect with sustainable development principles. Integrating eco-friendly product and service design. Process selection and layout design. Socially responsible capacity and location management. Production system planning and controling. Inventory management. Quality management. Environmental standards.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308203 3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Law and Tax for Business
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   - (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
     - (✓) วิชาเฉพาะบังคับ (วิชาแกน)
     - ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   - ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   - ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

กฎหมายช่วยให้เราทราบถึง สิทธิและหน้าที่ การศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจและระบบภาษีที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ เช่น การจัดตั้งธุรกิจ สัญญา การบริหารจัดการ และกฎหมายภาษีต่าง ๆ รวมถึงภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะและภาษีหัก ณ ที่จ่าย เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการและวางแผนภาษีอย่างถูกต้อง

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการการดำเนินงานด้านกฎหมายธุรกิจ ความรับผิดด้านกฎหมายธุรกิจ	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
CLO2 อธิบายหลักการด้านภาษีอากร ความรับผิดด้านภาษี เพื่อวางแผนภาษี เพื่อบุคคลและธุรกิจ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 อธิบายหลักการกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

กฎหมายธุรกิจและระบบภาษีที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ การจัดตั้งธุรกิจ สัญญา การจัดการและกฎหมายภาษี ความรับผิดของธุรกิจ ความรับผิดทางภาษีอากรของบุคคลและธุรกิจและภาษีอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การวางแผนภาษีเพื่อบุคคลและธุรกิจ

Business legal and tax systems related to business operations. Business formation, contracts, management, and taxation law. Business responsibilities. Individuals and businesses tax liability, and other taxes related to business opreations. Tax planning for individuals and businesses.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

10. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308204 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ดิจิทัลทางธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Digital Business
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ (วิชาแกน)
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

โลกธุรกิจในยุคนี้การเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ มาปรับปรุงโครงสร้างและกระบวนการทำงานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในโลกออนไลน์ได้อย่างแม่นยำ สร้างช่องทางการเข้าถึงลูกค้าที่หลากหลายและพัฒนาโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ยืดหยุ่นและไร้ขีดจำกัดด้านสถานที่ ทั้งนี้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในตลาดที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทตัดสินความอยู่รอดขององค์การ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิดหลักการและบทบาทของระบบดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 อธิบายโมเดลธุรกิจดิจิทัลและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการสร้างคุณค่า	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยี ข้อมูลและกระบวนการทางธุรกิจ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO4 ตระหนักถึงคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและผลกระทบของ ดิจิทัลต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

แนวคิด หลักการ และบทบาทของระบบดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในยุคดิจิทัล โมเดลธุรกิจดิจิทัลและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างคุณค่า การดำเนินงาน การตลาด งานบริการ การตัดสินใจทางธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยี ข้อมูล กระบวนการทางธุรกิจ และจริยธรรม ผลกระทบของดิจิทัลต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Concepts, principles, and roles of digital systems in modern business operations. Business transformation in digital era. Digital business models and application of digital technologies. Value creation. Operations. Marketing. Services. Business decision-making. Relationships among technology, data, business processes, and ethics. Impacts of digitalization on organizations and stakeholders.

8. อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308205 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย สถิติธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Business Statistics
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ (วิชาแกน)
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันแนวคิดการขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล มีความสำคัญต่อการเสริมสร้างความรู้และทักษะ ของนักบริหารในยุคปัจจุบัน ซึ่งการเป็นนักบริหารที่ตัดสินใจบนพื้นฐานของการใช้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการใช้ข้อมูลเป็นเครื่องมือหลักในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนได้เข้าใจและใช้สถิติในบริบทของธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลไม่เพียงเข้าใจสถิติในเชิงคำนวณ แต่จะสามารถใช้สถิติเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจทางธุรกิจได้ เป็นการตอบสนองที่สอดคล้องกับทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์การใช้เทคโนโลยีและการเล่าเรื่องด้วยข้อมูลของผู้บริหารยุคใหม่ในปัจจุบันที่พร้อมบริหารองค์กรในโลกธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายการเลือกใช้เทคนิคทางสถิติที่สอดคล้องกับโจทย์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติที่สอดคล้องกับโจทย์ทางธุรกิจได้ถูกต้อง	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ทฤษฎีและวิธีการทางสถิติในองค์กรดิจิทัล การจัดระบบข้อมูลและฉายภาพข้อมูล การวัดค่ากลางและการกระจายข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณค่าช่วงความเชื่อมั่น

การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์และสถิตินอนพาราเมตริก การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์

Statistical theories and methods in digital organizations. Data organization and visualization. Measures of central tendency and dispersion. Probability distributions. Sampling. Confidence interval estimation. Hypothesis testing. Chi-square test and nonparametric statistics. Analysis of variance. Regression and correlation analysis.

8. อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308211 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Modern Human Resource Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันการบริหารจัดการพนักงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายของธุรกิจมีความสำคัญอย่างมาก การใช้กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อดึงดูด รักษา และพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจในยุคที่มีการแข่งขันสูง ให้ผู้เรียนเข้าใจการนำเทคโนโลยี และการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยืดหยุ่นและการบริหารความหลากหลาย เพื่อกระตุ้นให้พนักงานสร้างสรรค์ผลการปฏิบัติงานที่นำไปสู่การสร้างได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การให้เติบโตอย่างยั่งยืนท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 แสดงออกถึงการมีจริยธรรมและคุณธรรมในการดำเนินงานด้านบุคลากร มีความเสมอภาคและเป็นไปตามกฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
CLO2 อธิบายหลักการดำเนินงานด้านบุคลากรสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีด้านบุคลากรเพื่อให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

การจัดการกลยุทธ์ด้านบุคลากร การสรรหา การคัดเลือก การพัฒนา การจ่ายค่าตอบแทน การรักษาพนักงาน การพัฒนานโยบาย ขั้นตอนการทำงานให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ พันธมิตรธุรกิจ การจัดการคนให้เหมาะสมกับเป้าหมายของธุรกิจ การใช้เครื่องมือสารสนเทศ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์

Strategic management of human resources. Recruitment. Selection. Development. Compensation. Employee retention. Policies development. Work procedures in compliance with laws, regulations and business partner. Managing people in alignment with business goals. Using information systems. Using artificial intelligence for human resource management.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอปรับปรุงรายวิชา
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308212 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การสื่อสารองค์การในยุคดิจิทัล
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Organizational Communication in the Digital Era
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การสื่อสารเป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อทั้งบุคคลและองค์การ การสื่อสารที่ดีย่อมส่งผลให้สารที่ส่งไปบรรลุตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอย่างมีประสิทธิผล อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระดับระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารระดับองค์การเริ่มมีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารในแบบดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ในการปรับปรุงรายวิชานี้จึงความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้การสื่อสารในยุคดิจิทัลให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งตนเอง เพื่อนร่วมงาน และองค์การได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิผล

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการสำคัญ ทฤษฎีการสื่อสารองค์การ และรูปแบบการสื่อสารองค์การ	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสารระดับระหว่างบุคคล และระดับองค์การได้อย่างถูกต้องเหมาะสม	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ความหมาย วิวัฒนาการ แนวคิด ทฤษฎี และความสำคัญของการสื่อสารองค์การ รูปแบบการสื่อสารประเภทต่าง ๆ การสื่อสารองค์การในบริบทสังคมดิจิทัล การวิเคราะห์บทบาทของเทคโนโลยี แพลตฟอร์มดิจิทัล และระบบข้อมูล วัฒนธรรมองค์การที่เปลี่ยนไปต่อกระบวนการสื่อสาร การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

Definition, evolution, concepts, theories, and important of organizational communication. Types of organizational communication. Organizational communication in digital society context. Analysis of technological roles, digital platforms, and information system. Analysis of changing organizational cultures affecting communication process. Digital media selection.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308213 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดการ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Business Environment and Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การเปลี่ยนผ่านความรู้สู่ความสามารถในการแข่งขัน ต้องเริ่มจากการเรียนรู้และปรับตัวสภาพแวดล้อม ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ที่องค์กรควบคุมไม่ได้ทั้งหมด แต่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เช่น กฎหมายใหม่ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ช่วยให้องค์กรรู้ตัวก่อนจะเกิดวิกฤต เช่น การเข้ามาของ AI การวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์เพื่อรับมือกับปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยใช้เครื่องมือเช่น การวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อให้องค์กร สามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ การจัดการความเสี่ยง ระบุโอกาสใหม่และปรับตัวเพื่อความอยู่รอดความสำเร็จในระยะยาว

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิดด้านสภาพแวดล้อมธุรกิจ	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ออกแบบและนำเสนอโมเดลธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

การวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์เพื่อรับมือกับปัจจัยภายในและภายนอก การใช้เครื่องมือด้านการจัดการ ศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อม การปรับปรุงธุรกิจให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง การวางแผนโมเดลธุรกิจ

Analysis and strategic adaptation to deal with internal and external factors. Using management tools. Study of the effects of business environment. Business adaptation to changing environments. Business model planning.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308221 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การสรรหา คัดเลือกและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Recruitment Selection and Human Resource Development
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308211 การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ (Modern Human Resource Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การสรรหา คัดเลือกพนักงาน และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางกลยุทธ์เพื่อหาพนักงานที่สอดรับกับเป้าหมายขององค์การ โดยเริ่มตั้งแต่การ สรรหาและคัดเลือก ที่เน้นการใช้เทคนิคสมัยใหม่เพื่อระบุสมรรถนะ และทัศนคติที่ตรงกับวัฒนธรรมองค์การ เพื่อลดอัตราการลาออกและต้นทุนที่สูญเปล่า ควบคู่ไปกับ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่มุ่งเน้นการยกระดับทักษะ และการวางเส้นทางอาชีพอย่างเป็นระบบ ทำให้องค์การมีความพร้อมในการเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ และเติบโตได้อย่างยั่งยืน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด หลักการ กระบวนการและเทคนิคสมัยใหม่ด้านการสรรหา คัดเลือกและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์และเลือกใช้ข้อมูล เครื่องมือดิจิทัล และเทคนิคที่เหมาะสมในการสรรหา คัดเลือก และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 ออกแบบและวางแผนโครงการด้านการสรรหา คัดเลือก และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 พัฒนาและนำเสนอแนวทางการสรรหา คัดเลือก และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา**

แนวคิด กระบวนการ และเทคนิคสมัยใหม่ในการสรรหา การคัดเลือก และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสรรหา เครื่องมือคัดเลือกเชิงสมรรถนะ การวิเคราะห์ทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การออกแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ การถ่ายทอดการเรียนรู้สู่งานจริง วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์การ การประเมินผลการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงนวัตกรรม

Concepts, processes, and modern techniques in recruitment, selection, and human resource development. Digital technologies for recruitment and competency-based selection tools. Application of human resource analytics to support decision making. Human resource development processes. Innovative learning design. Transformation from knowledge to real world situation. Learning culture of organization. Evaluation of human resource. Enhancing organizational innovation capabilities.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308222 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การพัฒนาองค์การ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Organizational Development
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308211 การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ (Modern Human Resource Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การพัฒนาองค์การเป็นการวางกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงองค์การอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานควบคู่ไปกับความพึงพอใจของบุคลากร ให้ผู้เรียนเข้าใจกลไกการวิเคราะห์ปัญหาในระดับโครงสร้าง วัฒนธรรม และกระบวนการทำงาน เพื่อออกแบบการแทรกแซงที่เหมาะสม เช่น การปรับปรุงการทำงานเป็นทีม หรือการพัฒนาภาวะผู้นำ เป็นต้น ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้องค์การสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว แต่ยังเป็นการสร้างขีดความสามารถในการเรียนรู้และเติบโตอย่างต่อเนื่อง

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด หลักการ และกระบวนการพัฒนาองค์การเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัญหาทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์และเลือกใช้ข้อมูล เครื่องมือ และเทคนิคการวินิจฉัยองค์การเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 ออกแบบและวางแผนกิจกรรมการพัฒนาองค์การและการบริหารการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 พัฒนาและนำเสนอแนวทางการพัฒนาองค์การโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสารพร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา**

แนวคิดและหลักการพัฒนาองค์การ การวิเคราะห์ปัญหาเชิงระบบ การบริหารการเปลี่ยนแปลง การออกแบบกิจกรรม การพัฒนาองค์การ การพัฒนาทีม การปรับปรุงกระบวนการทำงาน การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร

Concepts and principles of organization development. Systematic problem analysis. Change management. Design of development activities. Organization development. Team development. Work process improvement. Strategic communication. Organizational culture change.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308231 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมสมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Modern Business and Social Responsibility
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ธุรกิจในยุคใหม่ไม่สามารถมุ่งเน้นเพียงผลกำไร แต่ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนควบคู่กันไป การบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเข้ากับกลยุทธ์ธุรกิจ ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์ และความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว จึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างผู้นำและผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนองค์กรอย่างสมดุล โปร่งใส และสร้างคุณค่าร่วมให้แก่สังคมอย่างแท้จริง

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด CSR/ESG และบทบาทของธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ผลกระทบทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงโอกาสด้านความยั่งยืนของธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ออกแบบกิจกรรมหรือโครงการ CSR/ESG โดยบูรณาการหลักการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความยั่งยืน	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคมในบริบทสมัยใหม่ การบริหารผลกระทบของธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อม การตอบสนองต่อความต้องการของสังคม การกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมทางธุรกิจ การจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล การพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ การสร้างคุณค่าร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

Corporate social responsibility in modern business context. Management of business impacts on stakeholders and environment. Responses to societal expectations. Corporate governance and business ethics. Sustainability management regarding environmental, social, and governance (ESG). Development of business strategies. Creating shared value of economic, social, and environmental balancingly.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308241 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนวัตกรรมธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Data Analysis Tools for Business Innovation
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

   6.1 **ความสำคัญของรายวิชา**

โลกธุรกิจในปัจจุบันการวิเคราะห์ข้อมูลถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจกระบวนการเปลี่ยนข้อมูลดิบให้กลายเป็นข้อมูลเชิงลึก ผ่านเครื่องมือวิเคราะห์ที่ทันสมัย รวมถึงการใช้โมเดลพยากรณ์เพื่อลดความเสี่ยง เพื่อช่วยให้สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และสามารถพัฒนาไปสู่การสร้างสรรค์โมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

   6.2 **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต**

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการและคุณลักษณะของประเภทของเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้ในการทำ Data Analysis ได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 เลือกใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและประเภทของข้อมูลได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 บูรณาการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลกับเครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักการและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ การสร้างคุณค่าใหม่และพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ พื้นฐานสถิติและการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การจัดการข้อมูล เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสมัยใหม่ การตรวจสอบ วิเคราะห์ ตีความ และนำเสนอข้อมูลเชิงลึก การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การทำงานเป็นทีม การสื่อสารผลการวิเคราะห์ด้วยภาพข้อมูล จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อการใช้ข้อมูลในภาคธุรกิจ

Principles and processes of business data analysis. Value creation and business innovation. Fundamentals of statistics and quantitative analysis. Data management. Modern data analytics tools. Data validation, analysis, interpretation, and presentation of insights. Strategic decision-making. Teamwork. Communication of analytical results through data visualization. Ethics and responsibility in business data utilization.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308251 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Digital Consumer Behavior
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัลมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะสะท้อนวิธีที่ผู้คนค้นหาเปรียบเทียบและตัดสินใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ความเข้าใจดังกล่าวช่วยให้กำหนดกลุ่มเป้าหมายและวางตำแหน่งได้แม่นยำ ออกแบบสินค้า ราคา ช่องทาง และการสื่อสารให้สอดคล้องกับเส้นทางการตัดสินใจ (customer journey) รวมถึงเลือกแพลตฟอร์มและคอนเทนต์ที่เข้าถึงได้จริง นอกจากนี้ยังช่วยใช้ทรัพยากร การตลาดอย่างคุ้มค่า ลดต้นทุนจากการสื่อสารที่ไม่ตรงกลุ่มและยกระดับประสบการณ์ลูกค้า ด้วยความสะดวก รวดเร็วและการ บริการแบบเฉพาะบุคคล ส่งผลให้สร้างความเชื่อมั่น รักษาความ สัมพันธ์ระยะยาวและเพิ่มความสามารถ ในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในตลาดยุคดิจิทัล

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด หลักการ ความสำคัญ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล กระบวนการตัดสินใจซื้อ เส้นทางผู้บริโภค และปัจจัยด้านจิตวิทยา สังคม	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
วัฒนธรรมและเทคโนโลยีจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้	
CLO3 วางแผนพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัล หรือโครงงานนวัตกรรมธุรกิจ โดยใช้ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างตัวตนผู้บริโภคได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางการตลาดดิจิทัล โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประเมินการใช้ข้อมูลผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล โดยคำนึงถึงจริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

หลักการและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจ เส้นทางผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การประยุกต์ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การคำนึงถึงจริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และความยั่งยืน

Principles and significance of digital consumer behavior. Changes in consumer behavior in digital era. Factors influencing purchasing decisions. Processes decision-making. Consumer journeys in digital environments. Consumer behavior research and data analysis. Using digital technology, data, and artificial intelligence. Market segmentation. Target market selection. Application of consumer behavior insights. Digital marketing strategy planning. Consideration of ethics, data privacy, and sustainability.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308253 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดดิจิทัล
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Digital Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ มาปรับปรุงโครงสร้างและกระบวนการทำงานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในโลกออนไลน์ได้อย่างแม่นยำ สร้างช่องทางการเข้าถึงลูกค้าที่หลากหลาย และพัฒนาโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ยืดหยุ่นและไร้ขีดจำกัดด้านสถานที่ ทั้งนี้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในตลาดที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทตัดสินความอยู่รอดขององค์การ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในโลกดิจิทัลได้อย่างแม่นยำ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO2 ปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในโลกดิจิทัล	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO3 ใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและการประยุกต์ใช้การตลาดในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่หลากหลาย การสื่อสารและสร้างประสบการณ์ลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล การวางกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์ การจัดการแบรนด์ออนไลน์ การใช้เครื่องมือดิจิทัล

Concepts and applications of marketing in rapidly changing digital era. In-depth consumerdata analysis. Utilization of diverse digital platforms. Personalized customer communication and experience design. Strategic use of social media marketing. Influencer marketing. Online brand management. Application of digital marketing tools.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308258 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ English for Marketers
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**
   6.1 **ความสำคัญของรายวิชา**

การตลาดยุคใหม่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านการสื่อสารทางการตลาดของนิสิต ให้สามารถสร้าง วิเคราะห์ และนำเสนอข้อความกลยุทธ์และเนื้อหาการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบท ทั้งแบบดั้งเดิมและดิจิทัลผสมผสานการใช้ภาษาเพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายและการทำงานร่วมกันในทีม โครงการ รวมถึงการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร

6.2 **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต**

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 ใช้ภาษาอังกฤษในการวางข้อความการตลาด การนำเสนอแบรนด์และการสื่อสารกับผู้บริโภคอย่าง เหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมาย	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO2 พัฒนาโครงงานที่ออกแบบแผนการสื่อสารการตลาดภาษาอังกฤษครบวงจร โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 นำเสนอแผนการสื่อสารหรือแคมเปญทางการตลาดเป็นภาษาอังกฤษอย่างมืออาชีพ พร้อมอธิบายเหตุผลเชิงกลยุทธ์	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO4 ใช้เครื่องมือดิจิทัล เพื่อปรับปรุงความชัดเจน ความน่าสนใจ และประสิทธิภาพของเนื้อหา	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ทักษะภาษาอังกฤษด้านการสื่อสารการตลาด การสร้าง วิเคราะห์ ปรับแต่ง และนำเสนอข้อความแคมเปญ และเนื้อหาทางการตลาดที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค ภาษาอังกฤษในการวางกลยุทธ์แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การสื่อสารข้อมูลผู้บริโภค เครื่องมือดิจิทัลสมัยใหม่ในบริบททั้งออนไลน์และออฟไลน์

English skills for marketing communication. Creating, analyzing, refining, and presenting marketing messages, campaigns and content addressing consumer needs. English for consumer-centric strategy. Customer data communication. Modern digital tools in online and offline contexts.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308259 3(0-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Entrepreneurial Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การตลาดเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า รายวิชานี้มุ่งพัฒนาความรู้และทักษะด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ โดยเชื่อมโยงแนวคิดการตลาดกับนวัตกรรมธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด ลูกค้า และการสร้างคุณค่า ตลอดจนการออกแบบกลยุทธ์ภายใต้ข้อจำกัดของธุรกิจเริ่มต้นและ SMEs ผู้เรียนจะได้ฝึกใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ วางแผนโครงงาน สื่อสารและทำงานเป็นทีม พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ โดยคำนึงถึงจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโอกาสทางการตลาด	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 วางแผนพัฒนาโครงงานนวัตกรรมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการโดยประยุกต์ใช้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
เครื่องมือวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ	
CLO4 นำเสนอแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการวางแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ นวัตกรรมธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การวิจัยตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การสร้างคุณค่า การจัดการส่วนประสมทางการตลาด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การปฏิบัติตามจริยธรรม

Principles, concepts, and marketing strategies for entrepreneurs. Business innovation. Market opportunity analysis. Market research. Market segmentation. Targeting selection. Market positioning. Value creation. Marketing mix management. Digital technology application. Ethical practices.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชา บริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308282 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย กราฟฟิกและการออกแบบสื่อทางการตลาด
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Graphic Design for Marketing Communications
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

เพื่อให้ธุรกิจมีความแตกต่างและโดดเด่นท่ามกลางยุคดิจิทัล ธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนาความสามารถในการสร้างและออกแบบสื่อการตลาดในเชิงกราฟิกที่ตอบโจทย์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยผสานองค์ประกอบแบรนด์ พฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยีดิจิทัล เข้าไว้ด้วยกัน ผ่านการใช้เครื่องมือออกแบบดิจิทัลและการวางองค์ประกอบภาพ วิดีโอ และเนื้อหา เพื่อช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและการจดจำแบรนด์ รวมถึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการพื้นฐานของการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารการตลาดและการสร้างเอกลักษณ์ภาพลักษณ์แบรนด์	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ออกแบบสื่อการตลาด ทั้งแบบดิจิทัลและออฟไลน์โดยใช้แนวคิดยึดลูกค้าเป็นสำคัญเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
CLO3 ใช้เครื่องมือดิจิทัล และซอฟต์แวร์ เพื่อสร้าง ปรับแต่งและนำเสนอ เนื้อหาและสื่อประกอบแคมเปญการตลาด	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและเทคนิคการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารการตลาด การสร้างเอกลักษณ์ภาพลักษณ์แบรนด์ การจัดวางองค์ประกอบภาพ การเลือกใช้สี ตัวอักษร และภาพประกอบ ที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค การผสานสื่อออฟไลน์และดิจิทัล การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการสร้าง ปรับแต่งและนำเสนอสื่อเพื่อเพิ่มการรับรู้และคุณค่าทางการตลาด

Concepts and techniques of graphic design for marketing communication. Developing brand visual identity. Composing layouts. Selecting colors. Typography and imagery response to consumer needs. Integrating offline and digital media. Leveraging digital tools to create, customize, and present media that enhance brand awareness and marketing value.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308311 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Quantitative Analysis for Business Strategy and Innovation
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308205 สถิติธุรกิจ (Business Statistics)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**
   6.1 **ความสำคัญของรายวิชา**

พัฒนาความรู้และทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์ การตัดสินใจทางธุรกิจ และการพัฒนานวัตกรรม โดยให้นิสิตสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือทางสถิติแบบจำลองเชิงปริมาณ และเทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสร้างสารสนเทศสำหรับการแก้ไขปัญหา การประเมินทางเลือก และการพัฒนาโครงการนวัตกรรมทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นสมรรถนะสำคัญของผู้บริหารและนักนวัตกรรมธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

6.2 **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต**

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการและเครื่องมือการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้โดยใช้วิธีการและเครื่องมือเชิงปริมาณที่เหมาะสมได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ประยุกต์ใช้ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์และการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและหลักการวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับธุรกิจ การรวบรวม การจัดการ และการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล การพยากรณ์ทางธุรกิจ การตัดสินใจภายใต้สภาวะความเสี่ยงและความไม่แน่นอน การประยุกต์ใช้แบบจำลองเชิงปริมาณ การวางแผนกลยุทธ์และการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผลและการนำเสนอข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

Concepts and principles of quantitative analysis for business. Data collection, management, and business analysis . Descriptive and inferential statistics. Data relationship analysis. Business forecasting. Decision-making under risk and uncertainty. Application of quantitative models. Strategic planning and business innovation. Utilization of software applications. Digital technologies and artificial intelligence for data analysis. Data interpretation and presentation for business decision-making.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308312 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Business Information Systems
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

   6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันองค์กรต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลโดยตรงต่อแนวคิดการจัดการสารสนเทศขององค์กร ความสำคัญของการปรับตัวให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงด้านสารสนเทศ จึงเป็นความรู้และทักษะสำหรับการเป็นนักการจัดการในยุคข้อมูลข่าวสาร ที่แพร่หลายและมีจำนวนมหาศาล ซึ่งมุ่งเน้นการจัดการข้อมูลและสารสนเทศ เพื่อการวางแผนและการตัดสินใจอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว การเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในบทบาทของข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการสนับสนุนการวางแผนการตัดสินใจร่วมกับการดำเนินกลยุทธ์ขององค์การธุรกิจอย่างมีจริยธรรม บนหลักการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างถูกต้อง และเหมาะสมจะตอบสนองต่อความต้องการกำลังคนที่ต้องมีทักษะด้านดิจิทัลในยุคปัจจุบัน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบระบบสารสนเทศทางธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ปัญหาขององค์กรด้านระบบสารสนเทศทางธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางธุรกิจ การจัดการสารสนเทศเพื่อการวางแผนและตัดสินใจ การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่าย การจัดการระบบฐานข้อมูลและฐานความรู้ การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในองค์กรดิจิทัล นวัตกรรมสารสนเทศและเทคโนโลยีอุบัติใหม่ ระบบความมั่นคงปลอดภัยทางสารสนเทศ จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้สารสนเทศยุคดิจิทัล

Introduction to business information systems. Information management for planning and decision-making. Information technology and network management. Database and knowledge base system management. Application of information systems in digital organizations. Information innovation and emerging technologies. Information security. Ethics and responsibility in information utilization in the digital era.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอปรับปรุงรายวิชา
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308313 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการโครงการ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Project Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การจัดการโครงการมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายอย่างเป็นระบบภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลา งบประมาณ และทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้กระบวนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ การประเมินผลกระทบจากข้อจำกัดต่าง ๆ การจัดทำแผนงานโครงการ การกำหนดกิจกรรมและการควบคุมติดตามผลอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนบทบาทของภาวะผู้นำ การสื่อสาร และการทำงานเป็นทีมที่จำเป็นต่อความสำเร็จของโครงการ เพื่อเตรียมความพร้อมให้สามารถตัดสินใจ แก้ปัญหา และบริหารโครงการได้อย่างเหมาะสมในบริบทองค์กรยุคใหม่

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการและกระบวนการบริหารโครงการได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้และข้อจำกัดของโครงการได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ออกแบบแผนงานโครงการเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 แสดงภาวะผู้นำ ประสานงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่นในการดำเนินโครงการได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
	การทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักการและกระบวนการจัดการโครงการ การกำหนดขอบเขตโครงการ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรและคุณภาพ การวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยง การสื่อสารและการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การติดตาม ประเมินผล และการปิดโครงการอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

Principles and processes of project management. Project scope definition. Strategic planning. Resource and quality management. Risk analysis and management. Communication and stakeholder management. Project monitoring, evaluation and closure projects effectively and sustainably.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308314 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Artificial Intelligence for Business Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ได้ อย่างแม่นยำ พร้อมทั้งส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ขององค์กร ให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง AI ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และยกระดับการบริหารธุรกิจ ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน การเรียนรู้และประยุกต์ใช้ AI อย่างเหมาะสมกับบริบทองค์กร ช่วยเสริมศักยภาพการจัดการและพัฒนากระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม เพิ่มคุณค่าองค์กร และขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 ประเมินและเลือกใช้เลือกใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่เหมาะสมกับข้อมูลทางธุรกิจ มีจริยธรรม และรับผิดชอบต่อผลการใช้งานได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
CLO2 ประยุกต์เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์(AI) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

พื้นฐานปัญญาประดิษฐ์ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการคาดการณ์ และการสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างคุณค่าให้แก่องค์การธุรกิจสมัยใหม่ จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้ปัญญาประดิษฐ์

Fundamentals of Artificial Intelligence. Application of Artificial Intelligence and data analytics technology for prediction. Strategic decision support. Using of Artificial Intelligence to improve operational efficiency and create value for modern business organizations. Ethics and responsibility in use of Artificial Intelligence.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308315 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Business Systems Analysis
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความต้องการของธุรกิจยุคดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความรู้และทักษะของนักการจัดการยุคใหม่จึงต้องให้ความสำคัญกับคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยเน้นการใช้เครื่องมือและวิธีการที่ทันสมัยเพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานและวิธีการทำงานให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ การเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนมีทักษะก ารวิเคราะห์ออกแบบและใช้ซอฟต์แวร์ที่จำเป็นต่อการ พัฒนาระบบงาน รวมถึงความเข้าใจด้านความปลอดภัยข้อมูลและเทคโนโลยีที่เหมาะสมต่อการนำระบบไปใช้จริงในองค์กรช่วยตอบสนอง ต่อคาดหวังของ องค์กร และทักษะสำคัญต่อการจัดการองค์กร ในยุคในปัจจุบัน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายความสัมพันธ์ของระบบงานในองค์กรธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์และออกแบบระบบงานทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักการและเทคนิคการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานธุรกิจในองค์กรดิจิทัล การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งาน การออกแบบสถาปัตยกรรมระบบสารสนเทศ การออกแบบกระบวนการทางธุรกิจ การพัฒนาโมเดลข้อมูล การออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้งาน การประเมินและเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการควบคุมในองค์กรดิจิทัล

Principles and techniques for analyzing and designing digital business systems. User requirement analysis. Information system architecture design. Business process design. Data modeling. User interface design. Evaluation and selection of information technologies for digital business control.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308316 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ความคิดสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Creativity and Design Thinking for Innovation
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

พัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงออกแบบเพื่อสร้างแนวทางแก้ไขปัญหาและพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยให้นิสิตสามารถวิเคราะห์ปัญหา ค้นหาโอกาสทางธุรกิจ สร้างและพัฒนาแนวคิดนวัตกรรมตลอดจนประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบนวัตกรรม อันเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาโครงการนวัตกรรมและการสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรในอนาคต

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการความคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงออกแบบเพื่อการพัฒนานวัตกรรมได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ปัญหา ความต้องการ และโอกาสทางธุรกิจเพื่อกำหนดแนวทางการสร้างนวัตกรรมได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 พัฒนาและออกแบบแนวคิดนวัตกรรมหรือแนวทางแก้ปัญหาทางธุรกิจโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและหลักการของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม กระบวนการคิดสร้างสรรค์ เทคนิคการพัฒนาแนวคิด การคิดเชิงออกแบบเพื่อการสร้างนวัตกรรม การทำความเข้าใจผู้ใช้และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการ การสร้างแนวคิดนวัตกรรม การพัฒนาต้นแบบและการทดสอบแนวคิด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การออกแบบนวัตกรรม การทำงานเป็นทีม การสื่อสารและการนำเสนอแนวคิดนวัตกรรม กรณีศึกษานวัตกรรมในภาคธุรกิจและสังคม

Concepts and principles of creativity and innovation. Creative thinking processes and idea generation techniques. Design thinking for innovation. Understanding users and stakeholders. Problem and need analysis. Innovation ideation. Prototyping and concept testing. Application of digital technologies and artificial intelligence. Innovation design. Teamwork, communication, and innovation pitching. Case studies of innovation in business and social contexts.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308317 (3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Entrepreneurship and New Venture Creation
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจในโลกยุคปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ การมองหา โอกาสทางธุรกิจเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ความสามารถวิเคราะห์ความต้องการของตลาด วางแผนการเงิน การตลาดและการดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ การสร้างสรรค์นวัตกรรมการพัฒนาและปรับ ตัวในสภาพแวดล้อมที่เป็นพลวัตร มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเตรียมความพร้อมสำหรับการก่อตั้งธุรกิจของตนเอง รวมถึงทักษะการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์และการตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างมากในโลกธุรกิจยุคใหม่ ที่ต้องการนวัตกรรมและการขับเคลื่อนอย่างรวดเร็ว

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายลักษณะและทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีในการแสวงหาโอกาสสร้างสรรค์ธุรกิจและดำเนิน ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ การมองหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ กระบวนการการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างธุรกิจใหม่ การสร้างสรรค์ นวัตกรรม การพัฒนาและปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เป็นพลวัตร

Characteristics of entrepreneurship. Seeking business opportunities to create new products and services. Entrepreneurial processes related to creating new businesses, creativity, and innovation. Development and adaptation in dynamic environment.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308321 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการค่าตอบแทนและผลการปฏิบัติงาน
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Compensation and Performance Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308211 การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ (Modern Human Resource Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การบริหารผลการปฏิบัติงานและค่าตอบแทน มีความสำคัญอย่างยิ่งในการออกแบบกลไกเพื่อเชื่อมโยงเป้าหมายของพนักงานให้สอดคล้องกับความสำเร็จขององค์กร โดยมุ่งเน้นการสร้างระบบการประเมินผลที่โปร่งใสและแม่นยำ ควบคู่ไปกับการออกแบบโครงสร้างเงินเดือนและสิทธิประโยชน์ ที่จูงใจและแข่งขันได้ในตลาด การใช้ค่าตอบแทนทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงินเพื่อรักษาบุคลากรที่มีความสามารถเพื่อเพิ่มผลิตผล และความพึงพอใจของพนักงานในระยะยาว

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ ของผู้บริหารต่อการจัดการผลการปฏิบัติ งานและ การจ่ายค่าตอบแทน มีความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด พื้นฐาน กระบวนการ เทคนิค การออก แบบทดสอบ การวัดผลการปฏิบัติงานและการจ่ายค่าตอบแทน	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO2 บูรณาการองค์ความรู้ด้านค่าตอบแทน การจัดการผลการปฏิบัติงานไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริงได้ในอนาคต	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจ่ายค่าตอบแทน การสำรวจค่าจ้างเงินเดือน การออกแบบโครงสร้างค่าตอบแทน ประเด็นทางกฎหมาย กระบวนการการจัดการผลการปฏิบัติงานและทฤษฎี เกณฑ์การวัดผลการปฏิบัติงาน การวางแผน เทคนิค การออกแบบทดสอบเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงาน การเลื่อนค่าจ้างที่เชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงาน

Concepts and theories in compensation. Salary survey. Designing pay structure. Legal issues. Performance management process and theories. Criteria in performance evaluation. Planning, techniques, test design for performance appraisal. Compensation promotion related to performance appraisal.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308322 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการความรู้ในองค์การ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Knowledge Management in Organization
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

องค์ความรู้ถือเป็น สินทรัพย์ที่สำคัญที่สุด ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความยั่งยืนขององค์กรรายวิชานี้มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการบริหารจัดการทรัพยากร "ความรู้" ตั้งแต่การสร้าง การจัดเก็บ การแบ่งปัน ไปจนถึงการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนวัตกรรมและการตัดสินใจ การศึกษาการจัดการองค์ความรู้จึงไม่ใช่แค่เรื่องของระบบสารสนเทศ แต่เป็นเรื่องของ การบริหารจัดการบุคลากร (People) และ กระบวนการ (Process) เพื่อให้องค์กรทุกรูปแบบ (ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร) สามารถเรียนรู้ ปรับตัว และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการบรรลุเป้าหมายขององค์กร รายวิชานี้จะทำการปรับปรุงเพื่อเจาะลึกถึงการจัดการองค์ความรู้ในยุคสมัยใหม่ที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญและส่งผลกระทบต่อทุกวงการสาขาอาชีพ ให้เกิดความครอบคลุมและนำแก่นของการจัดการองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้กับองค์กรทุกประเภท ไม่จำกัดแค่ในธุรกิจเท่านั้น

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบาย วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ความหมาย ความสำคัญและประเภทขององค์ความรู้ ข้อมูล สารสนเทศ รวมถึงกระบวนการจัดการองค์ความรู้ในบริบทของ องค์การที่หลากหลาย	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO2 วิเคราะห์และเสนอแนะ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ รวมถึงแนวทางในการ ประเมินผลลัพธ์ ของการจัดการองค์ความรู้ในองค์การ พร้อมทั้งแสดงออกถึง ความรับผิดชอบและจริยธรรม ในการจัดการและใช้ความรู้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ออกแบบและนำเสนอ แผนการจัดการองค์ความรู้เบื้องต้นสำหรับองค์การ โดยสามารถเลือกใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิด หลักการ ประเภท และกระบวนการจัดการองค์ความรู้ ข้อมูลสารสนเทศ และภูมิปัญญา การสร้าง การจัดเก็บ และการแลกเปลี่ยน การนำไปใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมและแก้ปัญหา การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ การประเมินผล การจัดการการเปลี่ยนแปลง การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์การอย่างยั่งยืน

Concepts, principles, types, and knowledge management. Data information system and wisdom. Creation, storage, and exchange. Utilization for innovative development and problem solving. Analysis of success factors. Performance evaluation. Change management. Creation of learning culture in organizations sustainably.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอปรับปรุงรายวิชา
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308323 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การพัฒนาอย่างยั่งยืนกับกิจการเพื่อสังคม
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sustainable Development and Social Enterprise
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... ..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

กิจการเพื่อสังคมมีความสำคัญและเป็นเครื่องมือที่เชื่อมโยงระหว่างการสร้างผลกระทบทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว อีกทั้งสังคมและภาคธุรกิจให้ความสำคัญต่อบทบาทของกิจการเพื่อสังคมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นในรายวิชานี้จึงมีความจำเป็นต้องปรับให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในด้านการดำเนินกิจการเพื่อสังคมแบบสมัยใหม่ เพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ให้ทันต่อบริบทสังคมและเศรษฐกิจร่วมสมัย และเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนในการเป็นผู้ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการพื้นฐานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ออกแบบกิจกรรมการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมได้อย่างเหมาะสม	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดกิจการเพื่อสังคม ประเภทของกิจการเพื่อสังคม แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปัญหาและความท้าทายทางสังคม การสร้างและประเมินโอกาสในการพัฒนากิจการเพื่อสังคม นวัตกรรมทางสังคม การสร้างคุณค่าทางสังคม การจัดการกิจการเพื่อสังคมเพื่อความสำเร็จ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคม แผนธุรกิจสำหรับกิจการเพื่อสังคม ธุรกิจกับความยั่งยืน การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การสื่อสารและการสร้างแบรนด์กิจการเพื่อสังคม ธรรมมาภิบาลและจริยธรรมของกิจการเพื่อสังคม

Concepts of social enterprises. Types of social enterprises. Concepts of sustainable development. Social problems and challenges. Creation and evaluation of opportunities for social enterprise development. Social innovation. Social value creation. Management of social enterprises for success. Factors influencing success of social enterprises. Business planning for social enterprises. Business and sustainability. Creating competitive advantage. Communication and branding for social enterprises. Governance and ethics of social enterprises.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308331 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Business Negotiation
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การบริหารจัดการ ที่เผชิญกับทรัพยากรที่มีจำกัดทั้ง เงิน คน เวลา ก่อให้เกิดการแย่งชิงหรือเกิดความขัดแย้ง วิธีขจัดความขัดแย้งที่ดีคือการเจรจาต่อรอง การเจรจาต่อรองเป็นทักษะสำคัญที่จำเป็นในทุกแง่มุมของชีวิตในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเจรจาต่อรองข้อตกลงทางธุรกิจ การเจรจาต่อรองด้านการบริหารกำลังคน การโน้มน้าวเพื่อบรรลุเป้าหมายและผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจ การเจรจาต่อรองเป็นวิชาที่มีการเสริมสร้างทักษะและเทคนิค เพื่อหาข้อตกลงร่วมกันในสถานการณ์ต่างๆ มุ่งเน้นเพื่อพัฒนาความสามารถ ในการสื่อสาร การวิเคราะห์สถานการณ์ และการวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้ เกิดผลลัพธ์ที่เป็น ประโยชน์ร่วมกัน (win-win)

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด ทฤษฎีหลักการเจรจาต่อรองได้อย่างถูกต้อง	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO2 เสริมสร้างความสามารถในการเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO3 แสดงออกถึงภาวะความเป็นผู้นำ ทักษะการทำงานเป็นทีม และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับ เคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการของการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ การบริหารงานองค์กร ปัจจัยในการเจรจาต่อรอง การใช้การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง การประเมินผลลัพธ์ของการเจรจา การบรรลุข้อตกลงที่เป็นประโยชน์ร่วมกันอย่างมีจริยธรรม

Concepts, theories, and processes of business negotiation. Factors influencing negotiation. Effective communication. Negotiation strategies. Evaluation of negotiation outcomes. Achieving mutually beneficial agreements with ethic.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308332 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ International Business Management Principles
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การทำธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์เพราะเป็นการขยายขอบเขตจากตลาดในประเทศไปสู่ระดับโลก หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานยุคใหม่อย่างชัดเจน จากผลการวิจัยของสถาบันพบว่า ผู้ใช้บัณฑิตให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับทักษะการคิดวิเคราะห์การแก้ปัญหา การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และการปรับตัวต่อเทคโนโลยีใหม่ รวมถึงคาดหวังให้บัณฑิตสามารถใช้เครื่องมือดิจิทัลและAI ควบคู่กับความสามารถด้านภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศเพื่อปฏิบัติงานร่วมกับคู่ค้าระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะเหล่านี้ล้วนเป็นสมรรถนะหลักที่จำเป็นต่อการทำงานในองค์กรยุคดิจิทัลและสภาวะแวดล้อมธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการ แนวคิด และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในบริบทตลาดโลก	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ และเลือกใช้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม โดยสนับสนุนด้วยเครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 ทำงานร่วมกับผู้อื่นข้ามวัฒนธรรม และสื่อสารนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจในบริบทสากลอย่างเหมาะสม โดยเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรม	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักการ แนวคิด และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจในตลาดโลก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การบริหารซัพพลายเชนระหว่างประเทศ บทบาทของดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ ทักษะการสื่อสารและการทำงานเป็นทีมข้ามวัฒนธรรมในบริบทสากล

Principles, concepts, and economic. Political, legal, cultural, and technological factors affecting business operations in global market. Business environment analysis and foreign market entry strategies. International supply chain management. Roles of digital technologies and artificial intelligence in supporting business decision-making. Communication skills and cross-cultural teamwork in international context.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอปรับปรุงรายวิชา
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308333 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sustainable Family Businesses Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา..... ...
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

   6.1 **ความสำคัญของรายวิชา**

ธุรกิจครอบครัวในปัจจุบันมีรูปแบบการบริหารจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย แนวโน้มการบริหารจัดการธุรกิจครอบครัวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตพบว่ามีความเป็นไปได้ที่จะมีโอกาสที่ธุรกิจครอบครัวจะมีความยั่งยืนลดน้อยลงไป ดังนั้นในการปรับปรุงรายวิชานี้ จะช่วยให้นิสิตได้เข้าใจและเรียนรู้วิธีการในการบริหารจัดการธุรกิจครอบครัวให้ยั่งยืน ด้วยแนวคิดทางและเทคนิคการบริหารจัดการธุรกิจครอบครัวแนวใหม่ รวมทั้งนิสิตจะสามารถมองภาพการบริหารจัดการธุรกิจครอบครัวได้อย่างชัดเจนและนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการเตรียมสืบทอดธุรกิจครอบครัวในอนาคตได้

   6.2 **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต**

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายรูปแบบการจัดการธุรกิจครอบครัว ธรรมนูญครอบครัว และหลักการริเน็นในการบริหารธุรกิจครอบครัวได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ประยุกต์ใช้หลักการจัดการธุรกิจครอบครัวสำหรับการสืบทอดธุรกิจครอบครัวในอนาคตได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจครอบครัว ธรรมนูญธุรกิจครอบครัว รูปแบบการจัดการธุรกิจครอบครัวในทวีปเอเชียและทวีปยุโรป ริเน็น การสื่อสารในธุรกิจครอบครัว การจัดการธุรกิจครอบครัวของประเทศไทย ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจครอบครัว การสืบทอดธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน

Definition and family business concepts. Family business constitution. Family business management models in Asia and Europe. Rinen. Communication in family business. Family business management in Thailand. Problems and obstacles in family business management. Sustainable family business succession.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308341 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Innovation and Business Models
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

9.1 ความสำคัญของรายวิชา

พัฒนาความรู้และทักษะในการสร้างคุณค่าทางธุรกิจผ่านการออกแบบนวัตกรรมและโมเดลธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยให้นิสิตสามารถวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ ออกแบบและพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ ตลอดจนประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม อันเป็นสมรรถนะสำคัญสำหรับการพัฒนาธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ ความต้องการของลูกค้า และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรมและโมเดลธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์และเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมในการออกแบบและพัฒนาโมเดลธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ออกแบบและพัฒนาโมเดลธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าและความได้เปรียบทางการแข่งขันได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและหลักการของนวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับการสร้างคุณค่าทางธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจและความต้องการของลูกค้า การออกแบบและพัฒนาโมเดลธุรกิจ การประยุกต์ใช้โมเดลทางธุรกิจและเครื่องมือที่เกี่ยวข้อง การสร้างคุณค่า กลุ่มลูกค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย ความสัมพันธ์กับลูกค้า ทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลัก พันธมิตรหลัก โครงสร้างต้นทุน และกระแสรายได้ การพัฒนาและทดสอบโมเดลธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการพัฒนานวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ การนำเสนอแนวคิดธุรกิจ จริยธรรม และความยั่งยืนทางธุรกิจ

Concepts and principles of innovation and business models. Relationships between innovation and value creation. Analysis of business opportunities and customer needs. Business model design and development. Application of the business model and related tools. Value creation. Customer segments. Channels. Customer relationships. Key resources. Key activities. Key partnerships. Cost structures and revenue streams. Business model development and validation. Application of digital technologies and artificial intelligence in innovation and business model development. Business pitching, ethics, and business sustainability.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308342 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Business Data Analytics for Decision Making
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคที่องค์กรต้องขับเคลื่อนด้วยข้อมูล เนื่องจากการบริหารจัดการและการวางแผนต้องอาศัยข้อมูลเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจ โดยมุ่งพัฒนาความสามารถในการแปลงข้อมูลให้เป็นสารสนเทศเชิงลึกเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลและแม่นยำ นำไปสู่การตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูลจริง เชื่อมโยงการวิเคราะห์กับการพัฒนานวัตกรรม และขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายพื้นฐานและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางธุรกิจ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 สื่อสารและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

พื้นฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ การใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงธุรกิจ การสื่อสารและการนำเสนอข้อมูล

Fundamentals of data analysis and data collection and management. Business data analysis. Using of data to support business decision-making. Data communication and presentation.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308352 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดระหว่างประเทศ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ International Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันการเติบโตของธุรกิจในระดับโลกมีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการสร้างกลยุทธ์เพื่อนำพาธุรกิจเข้าสู่ตลาดโลกอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมมหภาคที่หลากหลาย ทั้งด้านวัฒนธรรม กฎหมาย การเมือง และเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ เพื่อตัดสินใจเลือกตลาดเป้าหมายและรูปแบบการเข้าสู่ตลาดที่เหมาะสม ถือเป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าและกระจายความเสี่ยงของธุรกิจ รวมถึงการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากลท่ามกลางธุรกิจสมัยใหม่

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เข้าใจแนวคิดพื้นฐานสภาพแวดล้อมตลาดต่างประเทศ เพื่อระบุโอกาสความเสี่ยง และเลือกตลาดเป้าหมายได้อย่างมีเหตุผล	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ออกแบบกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด กำหนดเป้าหมายทางการตลาด และตำแหน่งทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด สำหรับตลาดต่างประเทศ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO3 พัฒนากลยุทธ์การตลาด บริหารโครงงานนวัตกรรมให้เหมาะกับความต้องการผู้บริโภค และบริบทแต่ละประเทศ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO4 นำแผนกลยุทธ์ไปใช้โดยยึดหลักจริธรรม ความยั่งยืน และข้อบังคับมาตรฐานการตลาดระหว่างประเทศตามแนวทางการตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ความสำคัญและสภาพแวดล้อมของการตลาดระหว่างประเทศ บทบาทและนโยบายของรัฐ การพิจารณาการเลือกสินค้าและตลาด บรรจุภัณฑ์และการกำหนดราคา การกระจายสินค้า การเลือกตัวแทนจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การวางแผนการตลาด ควบคุม ปัญหาและอุปสรรคในการตลาดระหว่างประเทศ

Significance and environment of international marketing. Role and policies of the state. Considerations in the selection of products and markets. Packaging and pricing. Distribution of products. Selection of distributors. Marketing promotion. Planning, control, problems, and obstacles in international marketing.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308356 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing Data Analysis
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด มีความสำคัญอย่างยิ่งในการเปลี่ยนข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคให้กลายเป็นข้อมูลเชิงลึก เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการตัดสินใจทางการตลาด โดยมุ่งเน้นการใช้สถิติและเครื่องมือวิเคราะห์ เพื่อประเมินประสิทธิภาพของแคมเปญ การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมจริง และการคาดการณ์แนวโน้ม ความต้องการในอนาคต ช่วยให้ผู้เรียนสามารถระบุกลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่าสูง และออกแบบข้อเสนอที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคล เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและเหนือกว่าคู่แข่ง

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 สื่อสารผลวิเคราะห์และข้อเสนอเชิงกลยุทธ์พร้อมสะท้อนการใช้ข้อมูลอย่างรับผิดชอบต่อสังคม	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลผู้ บริโภคและตลาดด้วยเครื่องมือเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เพื่อสร้างเพิ่มมูลค่าในกับธุรกิจ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 พัฒนาโครงงานที่ประยุกต์ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการออกแบบแผนการตลาดและนำเสนออย่างเป็นระบบ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
	สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

กระบวนการเก็บ รวบรวม วิเคราะห์ และแปลความหมายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค คู่แข่ง และบริบทตลาด การวางกลยุทธ์การตลาดแบบผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง การใช้เครื่องมือเชิงสถิติ การพยากรณ์ การจำลองสถานการณ์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับกลยุทธ์ในทันกับสถานการณ์ทางการตลาดอย่างพลวัต

Process of collecting, analyzing, and interpreting data related to consumers, competitors, and market context. Consumer-centric marketing strategies. Utilizes statistical tools, forecasting, simulation, and digital technologies to adapt strategies in dynamic market situations.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308359 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Artificial Intelligence in Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในโลกแห่งการขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาความเข้าใจและทักษะในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาขับเคลื่อนกิจกรรมการตลาด โดยเน้นการวิเคราะห์ผู้บริโภค การปรับแต่งข้อความ และแคมเปญ แบบอัตโนมัติ การพยากรณ์พฤติกรรม และการประเมินผลด้วยข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้กลยุทธ์การตลาดมีความตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างแม่นยำและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 ออกแบบแคมเปญการตลาดโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ ในการปรับข้อความ การแนะนำผลิตภัณฑ์ แผนการสื่อสาร ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO3 วิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคด้วยปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 พัฒนาโครงงานที่ใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ เพื่อแก้โจทย์การตลาดจริง และนำเสนอผลลัพธ์เชิงกลยุทธ์	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
	ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิด เทคโนโลยี และการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตลาดสมัยใหม่ การวิเคราะห์ผู้บริโภค การสร้างโมเดลพยากรณ์ การปรับแต่งแคมเปญทางการตลาดแบบอัตโนมัติ การประเมินผลผ่านการขับเคลื่อนด้วยข้อมูล กิจกรรมโครงงานที่ตอบโจทย์บริบทจริง

Concepts, technologies, and applications of artificial intelligence in modern marketing. Consumer analysis. Predictive modeling. Automated marketing campaign optimization. Evaluation driven by data. Project-based activities that address real-world contexts.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308361 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Strategic Product Management)
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.3 ความสำคัญของรายวิชา

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันจำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยหนึ่งในปัจจัยสำคัญคือ การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและการเปิด ตัวสินค้า/บริการให้ สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทำให้การดำเนินงานเป็นเอกภาพและขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งช่วยสร้างคุณค่าและความแตกต่างจากคู่แข่ง อย่างชัดเจน ผ่านการกำหนดคุณลักษณะ คุณภาพ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และระดับ ราคาที่เหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ยังเอื้อต่อการบริหารวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ตั้งแต่การออกแบบ เปิดตัว ปรับปรุง จนถึงการต่ออายุหรือยุติสินค้าได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ลดความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ตลาด ไม่ต้องการ เพิ่มโอกาสการยอมรับและยอดขายและเปลี่ยนวิสัยทัศน์ด้านผลิตภัณฑ์ ให้เป็นแผนปฏิบัติการที่ชัดเจนและจับต้องได้ อันนำไปสู่ การเติบโต และความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด หลักการ และกระบวนการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและนวัตกรรมธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค ตลาด คู่แข่งขัน วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์จากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 วางแผนพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือโครงงานนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดด้านการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมธุรกิจได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประเมินกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และแนวทางการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและหลักการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ในยุคดิจิทัล สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การจัดประเภทผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ การใช้ข้อมูลผู้บริโภค เทคโนโลยีดิจิทัล ระบบสารสนเทศ และปัญญาประดิษฐ์ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการตลาด การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน การเชื่อมโยงกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์กับส่วนประสมทางการตลาด จริยธรรมความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน

Concepts and principles of product strategy in the digital era. Environments affecting product strategy planning. Product classification. Product analysis. Product life cycle. Product mix planning. Product management strategies. New product development. Product policy, branding, packaging, and product value creation. Use of consumer data, digital technologies, information systems, and artificial intelligence. Product innovation and marketing innovation. Competitive advantage creation. Integration of product strategy with other marketing mix elements. Ethics, consumer responsibility. Sustainable product development.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**
   รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308362 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย กลยุทธ์ด้านราคา
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Price Strategy
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่า “การกำหนดราคา” มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อศักยภาพด้านยอดขายและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ขณะเดียวกันแนวคิดและกลยุทธ์การตั้งราคายัง ส่งผลต่อทิศทางกาทำการตลาดของสินค้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากราคาทำหน้าที่สะท้อนและกำหนดการวางตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning) ซึ่งมีบทบาทในการคัดกรองและดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เหมาะสมอีกทั้งความสำเร็จในการจำหน่ายสินค้า โดยส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับการตั้งราคาให้เหมาะสม กับคุณค่า ต้นทุน และสภาพตลาด ดังนั้นการกำหนดราคาจึงนับเป็นเครื่องมือสำคัญใน ส่วนประสม ทางการตลาด (4Ps) ที่สร้างรายได้ และกำไรโดยตรง พร้อมทั้งช่วยกำหนดตำแหน่งสินค้า สร้างภาพลักษณ์แบรนด์ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด ทฤษฎี นโยบายด้านราคา หลักเศรษฐศาสตร์ราคา และบทบาทของราคาในการบริหารธุรกิจและการตลาดเชิงนวัตกรรมได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ต้นทุน ความต้องการของตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยทางจิตวิทยา คู่แข่งขัน และคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ โดยใช้ข้อมูลจากแหล่ง	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
ที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านราคาได้	
CLO3 วางแผนและพัฒนากลยุทธ์ด้านราคาเชิงนวัตกรรม โดยใช้ข้อมูล เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และเครื่องมือทางการตลาดสมัยใหม่ได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางกลยุทธ์ด้านราคา โดยใช้ทักษะการทำงานเป็นทีม การสื่อสาร และเทคโนโลยีดิจิทัลได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประเมินผลกระทบของกลยุทธ์ด้านราคาโดยคำนึงถึงกฎหมาย จริยธรรมทางธุรกิจ ความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิด ทฤษฎี และนโยบายด้านราคา บทบาทของราคาในการบริหารธุรกิจและการตลาดเชิงนวัตกรรม หลักเศรษฐศาสตร์และต้นทุนสำหรับการกำหนดราคา พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยทางจิตวิทยา การรับรู้คุณค่า การวิเคราะห์ข้อมูลตลาด อุปสงค์ คู่แข่งขัน และคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ กลยุทธ์การกำหนดราคาตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และส่วนประสมการตลาด กลยุทธ์ราคาสำหรับสินค้าหรูหรา การกำหนดราคาในตลาดดิจิทัล แพลตฟอร์ม และการตลาด 5.0 การใช้ข้อมูลเทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และนวัตกรรมการตลาดในการตัดสินใจด้านราคา กฎหมาย จริยธรรม ความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการกำหนดราคาที่ยั่งยืน

Concepts, theories, and pricing policies. Role of price in business management and innovative marketing. Economic principles and cost analysis for pricing. Consumer behavior. Psychological factors. Value perception. Market data, demand, competitor, and customer value analysis. Pricing strategies across product life cycle and marketing mix. Pricing strategies for luxury products. Pricing in digital markets, platform, and Marketing 5.0. Application of data digital technology, artificial intelligence, and marketing innovation in pricing decisions. Law, ethics, consumer fairness. Social and environmental responsibility. Sustainable pricing.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308363 3(2-2-5)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Strategic Marketing Planning
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... ..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล และ ปัญญาประดิษฐ์ ธุรกิจจำเป็นต้องมีการวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์มุ่งพัฒนาความรู้และทักษะด้านการคิดเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกองค์กร การประเมินโอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจ ตลอดจนการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เข้าใจแนวคิดพื้นฐานนวัตกรรมธุรกิจกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และตีความข้อมูลทางการตลาดสำหรับการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ออกแบบแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความต้องการของตลาด และเป้าหมายขององค์กร	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน	

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

การออกแบบแผนการตลาดให้ทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การประเมินโอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

Design marketing plan that is aligned with the development of digital technology and artificial intelligence. Analysis of internal and external environment. Assessment of business opportunities and barriers. Application of digital technology and artificial intelligence. Creation of competitive advantage.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308364 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Luxury Products Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา (Luxury Product Management) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างและรักษาคุณค่าแบรนด์ (Brand Equity) เนื่องจาก "คุณค่า" ของสินค้าหรู มิได้ยึดเพียงประโยชน์ใช้สอย หากแต่เกิดจากภาพลักษณ์ ความพิเศษเฉพาะตัวประสบการณ์ ลูกค้าที่เป็นเลิศและสถานะทางสังคมของผู้ครอบครององค์ประกอบดังกล่าวทำให้สินค้าหรู ยกระดับสินค้าเพื่อการใช้งานไปสู่สัญลักษณ์ของไลฟ์สไตล์และอัตลักษณ์ส่วนบุคคล อีกทั้ง การบริหารความขาดแคลน (scarcity) และความเอ็กซ์คลูซีฟอย่างเหมาะสมยังช่วยคง"ความหายาก" อันเป็นหัวใจของตลาดสินค้าหรู ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้น การบริหารแบรนด์หรู (Luxury Brand Management) จึงเป็นกระบวนการเชิงกลยุทธ์ที่ผสาน ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และความเข้าใจจิตวิทยาผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง เพื่อเสริมสร้างความผูกพันและความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ในระยะยาว

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด บทบาท วิวัฒนาการรูปแบบธุรกิจ และแนวโน้มของการค้าปลีกสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค ทำเลที่ตั้ง การจัดการสินค้า สินค้าคงคลัง ราคา การ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
ส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า และการแข่งขันค้าปลีกจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้	
CLO3 วางแผนพัฒนาแนวทางการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่หรือโครงงานนวัตกรรมค้าปลีกโดยประยุกต์ใช้แนวคิดทางการตลาด การจัดการ และนวัตกรรมธุรกิจได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประเมินแนวทางการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่โดยคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรูหรา แนวคิดและลักษณะเฉพาะของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหราในยุคดิจิทัล สภาพแวดล้อมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หรูหรา การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคระดับพรีเมียมและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หรูหรา ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา การสร้างคุณค่าให้ตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ และประสบการณ์ของแบรนด์ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค การใช้ข้อมูลลูกค้า เทคโนโลยีดิจิทัล ระบบสารสนเทศ และปัญญาประดิษฐ์เพื่อสนับสนุนการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา การพัฒนานวัตกรรมการตลาดและประสบการณ์ลูกค้า จริยธรรมในการจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา ความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดการผลิตภัณฑ์หรูหราอย่างยั่งยืน

General knowledge of luxury products. Concepts and distinctive characteristics of luxury product markets in digital era. Marketing environments of luxury products. Analysis of premium and luxury consumer behavior. Luxury marketing mix. Luxury brand value creation. Brand identity, image, and experience. Customer relationship management. Use of customer data, digital technologies, information systems, and artificial intelligence to support luxury product marketing. Marketing innovation and customer experience development. Ethics in luxury product management. Social responsibility and sustainable luxury product management.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308365 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Branding Strategy in Digital Age
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในโลกที่บริบทดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การวางกลยุทธ์ตราสินค้าอย่างมีระบบในออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์ การสื่อสารภาพลักษณ์ผ่านช่องทางออนไลน์ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในโลกโซเชียลและการใช้ข้อมูลเชิงลึก มีส่วนสำคัญ ในการขับเคลื่อนแบรนด์อย่างยั่งยืน เพื่อสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์และธุรกิจในยุคดิจิทัล

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์กลยุทธ์ตราสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมตรงตามหลักจริยธรรม	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO2 วางกลยุทธ์ตราสินค้า และปรับตำแหน่งแบรนด์ให้ตอบสนอง ต่อสภาพแวดล้อมการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO3 จัดทำแผนกลยุทธ์แบรนด์เชิงบูรณาการและนวัตกรรม โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยตลาด ปัญญาประดิษฐ์วิเคราะห์แบรนด์ และนำเสนอแผนในรูปแบบโครงงาน	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักการ แนวคิด และกระบวนการวางกลยุทธ์ตราสินค้าในบริบทของตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ภาพลักษณ์และการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแบรนด์ การกำหนดตำแหน่งตราสินค้า การพัฒนาเอกลักษณ์ของแบรนด์ การสร้างคุณค่าตราสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล การบริหารความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้บริโภค การจัดการชื่อเสียงแบรนด์ในโลกออนไลน์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารตราสินค้า

Principles, concepts, and processes of brand strategy in context of digital marketing. Analyzing consumer image and perception of brand. Brand positioning. Brand identity development. Brand equity creation through digital media. Managing long-term relationships with consumers. Managing brand reputation in online context. Using of digital technology in brand management.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308371 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Modern Marketing Channel Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ช่องทางการตลาดเป็นกลไกเชื่อมโยงผู้ผลิต คนกลาง ผู้ให้บริการ และผู้บริโภคในระบบตลาดสมัยใหม่ รายวิชานี้มุ่งพัฒนาความรู้เกี่ยวกับบทบาท โครงสร้าง และการบริหารช่องทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การออกแบบช่องทาง การเลือกคนกลาง การจัดการความขัดแย้ง การบริหารโลจิสติกส์ และการประเมินผลช่องทางการตลาด รวมทั้งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และข้อมูลขนาดใหญ่ในการพัฒนาช่องทางการตลาด โดยคำนึงถึงจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านช่องทางการตลาดสมัยใหม่กับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โครงสร้างช่องทาง และบทบาทของผู้เกี่ยวข้องในระบบตลาด	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการออกแบบช่องทาง การเลือกคนกลาง การบริหารโลจิสติกส์ และการประเมินประสิทธิภาพช่องทางการตลาด	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 วางแผนพัฒนาโครงงานด้านการจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่โดยประยุกต์ใช้แนวคิดช่องทางแบบบูรณาการ เทคโนโลยีดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 นำเสนอแผนกลยุทธ์ช่องทางการตลาดผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิด บทบาท และโครงสร้างของช่องทางการตลาด การคัดเลือกและบริหารคนกลาง นโยบายราคาและการจัดการความขัดแย้งในช่องทาง เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง และข้อมูลขนาดใหญ่ กลยุทธ์การผลักและดึง การบริหารโลจิสติกส์ ช่องทางแบบบูรณาการ การประเมินประสิทธิภาพช่องทาง จริยธรรมในช่องทางการตลาด กรณีศึกษา และการจัดทำแผนกลยุทธ์ช่องทางการตลาดสมัยใหม่

Concepts, roles and structures of marketing channels. Intermediary selection and management. Pricing policies and channel conflict management. Artificial intelligence. Internet of things and big data. Push and pull strategies. Logistics management. Omnichannel management. Channel performance evaluation. Ethics in marketing channels. Case studies and modern marketing channel strategic planning.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308372 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดซื้อจัดหา
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Procurement
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การจัดซื้อจัดหาเป็นกิจกรรมสำคัญที่ส่งผลต่อต้นทุน คุณภาพ และความสามารถในการแข่งขันขององค์กร รายวิชานี้ช่วยให้นิสิตเข้าใจบทบาทของการจัดซื้อจัดหาในห่วงโซ่คุณค่า สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านผู้ขาย ต้นทุน ราคา สัญญา และความเสี่ยง รวมทั้งวางแผนงานโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน อีกทั้งยังส่งเสริมการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรม ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และแนวคิดการจัดซื้อจัดหาอย่างยั่งยืน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านการจัดซื้อจัดหากับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ห่วงโซ่คุณค่า และการแข่งขันขององค์กร	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการจัดซื้อจัดหา ผู้ขาย ต้นทุน ราคา ปริมาณ และความเสี่ยง	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 วางแผนพัฒนาโครงงานด้านการจัดซื้อจัดหาโดยประยุกต์ใช้กระบวนการจัดซื้อ การ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
คัดเลือกผู้ขาย การประเมินผลงาน และการบริหารสัญญาอย่างเป็นระบบ	
CLO4 นำเสนอแนวทางปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อจัดหาผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดหา	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

บทบาทและความสำคัญของการจัดซื้อจัดหา โครงสร้างและกระบวนการจัดซื้อ กลยุทธ์การจัดซื้อ การกำหนดความต้องการและปริมาณการสั่งซื้อ การคัดเลือกผู้จัดจำหน่าย การจัดทำสัญญา กฎหมายและความเสี่ยง การวิเคราะห์ข้อมูล ต้นทุน และราคาเพื่อการตัดสินใจ เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และระบบสารสนเทศเพื่อการจัดซื้อ การจัดซื้ออย่างยั่งยืน การจัดซื้อระหว่างประเทศ กรณีศึกษาทางธุรกิจ และระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

Roles and importance of procurement. Procurement structures and processes. Procurement strategies. Requirements and order quantities. Supplier selection. Contracts. Legal issues and risks. Analysis of data, cost and price for decision making. Digital technology, artificial intelligence and information systems for procurement. Sustainable procurement. International procurement. Business case studies and government procurement systems.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308373 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการการขาย
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sales Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การจัดการการขายเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงกลยุทธ์การตลาดกับผลลัพธ์ทางธุรกิจ ครอบคลุมการสร้างรายได้ การบริหารลูกค้า การจัดการทีมขาย และการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ รายวิชานี้ช่วยให้นิสิตวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและพฤติกรรมผู้ซื้อ วางแผนและบริหารงานขาย ประเมินผลการขาย และประยุกต์ใช้ข้อมูลลูกค้า เทคโนโลยีดิจิทัล ระบบบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และปัญญาประดิษฐ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขาย พร้อมพัฒนาทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม ภาวะผู้นำ และการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านการจัดการการขายกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้ซื้อ และบทบาทของการขายในระบบการตลาดสมัยใหม่	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย ข้อมูลลูกค้า และข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาด้านการขาย	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 วางแผนพัฒนาโครงงานด้านการขาย โดยประยุกต์ใช้การวางแผนการขาย การกำหนดเป้าหมาย การจัดการเขตขาย และการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 นำเสนอแนวทางการจัดการการขายผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ การเจรจาต่อรอง และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย โดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประยุกต์หลักกฎหมาย จริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการจัดการการขายและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

บทบาทของการขายในระบบการตลาดสมัยใหม่ การบริหารทีมขาย กระบวนการขายและพฤติกรรมผู้ซื้อ การวางแผนและกำหนดเป้าหมายการขาย การจัดการเขตขาย การเจรจาต่อรองและการปิดการขาย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การประเมินผลการขาย การวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายและลูกค้า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในงานขาย กฎหมายและจริยธรรมในการขาย การขายแบบบูรณาการ กรณีศึกษาและโครงงานด้านการจัดการการขาย

Roles of sales in modern marketing systems. Sales force management. Sales process and buyer behavior. Sales planning and target setting. Territory management. Negotiation and closing techniques. Customer relationship management. Sales performance evaluation. Sales and customer data analysis. Digital technology and artificial intelligence in sales. Laws and ethics in sales. Omnichannel sales. Sales management case studies and project.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308374 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การค้าปลีกสมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Modern Retailing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในบริบทเศรษฐกิจร่วมสมัย การค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพสูงผ่าน ระบบที่ทันสมัย เนื่องจากทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภคผ่านรูปแบบการให้บริการที่มีมาตรฐาน สะดวก รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการได้ อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในภาคค้าปลีก ช่วยยกระดับการบริหาร จัดการสินค้า และบริการให้มีความแม่นยำมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการจัดการสต็อก การวางแผนการกระจายสินค้า และการบริหารซัพพลายเชน ส่งผลให้ลดต้นทุน เพิ่มความต่อเนื่องของสินค้าและยกระดับคุณภาพการให้บริการ นอกจากนี้ การค้าปลีกสมัยใหม่ยังใช้ข้อมูลผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เช่น การออกแบบโปรโมชัน การจัดวางสินค้า และการสร้างประสบการณ์ลูกค้าแบบบูรณาการ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในภาพรวม การค้าปลีกสมัยใหม่จึงไม่เพียงเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ กระตุ้นการจ้างงานและขับเคลื่อน การเติบโตทางเศรษฐกิจ อย่างเป็นระบบ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด บทบาท วิวัฒนาการรูปแบบธุรกิจ และแนวโน้มของการค้าปลีก	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
สมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค ทำเลที่ตั้ง การจัดการสินค้า สินค้าคงคลัง ราคา การส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า และการแข่งขันค้าปลีกจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 วางแผนพัฒนาแนวทางการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่หรือโครงงานนวัตกรรมค้าปลีกโดยประยุกต์ใช้แนวคิดทางการตลาด การจัดการและนวัตกรรมธุรกิจได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประเมินแนวทางการจัดการค้าปลีกสมัยใหม่โดยคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนได้	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิด บทบาท และวิวัฒนาการของการค้าปลีกสมัยใหม่ รูปแบบธุรกิจค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดการสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การตั้งราคา การส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และนวัตกรรมการตลาดในการจัดการค้าปลีก จริยธรรมความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และแนวทางการค้าปลีกอย่างยั่งยืน

Concepts, roles and evolution of modern retailing. Retail business formats. Location selection. Merchandise management. Inventory management. Pricing, sale promotion, customer service, and customer relationship management. Application of digital technology, artificial intelligence and marketing innovation in retail management. Ethic consumer responsibility and sustainable retailing.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308375 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ศิลปะการขายสมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Modern Salesmanship
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในยุคปัจจุบันที่พฤติกรรมลูกค้า ช่องทางการขาย และเทคโนโลยีทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นิสิตจำเป็นต้องเรียนรู้ศิลปะการขายสมัยใหม่เพื่อพัฒนาความสามารถในการเข้าใจลูกค้า วิเคราะห์โอกาสทางการขาย นำเสนอคุณค่า และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลลูกค้า เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ในการสนับสนุนงานขาย ตลอดจนพัฒนาทักษะการสื่อสาร การเจรจาต่อรอง การบริการหลังการขาย และการปฏิบัติงานขายอย่างมีจริยธรรมในบริบทของธุรกิจยุคดิจิทัล

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบาย แนวคิด บทบาท และกระบวนการของศิลปะการขายสมัยใหม่ที่เชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและพฤติกรรมลูกค้า	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ ข้อมูลลูกค้า ตลาด คู่แข่งขัน และโอกาสการขายจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางการขาย	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ประยุกต์ใช้ ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เทคโนโลยีดิจิทัล และ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
ปัญญาประดิษฐ์ในการนำเสนอคุณค่าและขับเคลื่อนงานขายสมัยใหม่	ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO4 ปฏิบัติ งานขาย การเจรจาต่อรอง และการบริการลูกค้าโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักและกระบวนการขายสมัยใหม่ในธุรกิจนวัตกรรม การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมลูกค้า การสร้างคุณค่าและแรงจูงใจในการซื้อ การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ตลาด คู่แข่งขัน และโอกาสการขาย การขายเชิงที่ปรึกษาและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์สนับสนุนงานขาย การสื่อสารและการนำเสนอคุณค่า การเจรจาต่อรอง การจัดการข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การบริการหลังการขาย การวัดผลการขาย จริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และความรับผิดชอบต่อลูกค้า สังคม และสิ่งแวดล้อมในงานขาย

Principles and processes of modern salesmanship in business innovation. Buying decisions and customer behavior. Value creation and buying motivation. Approaches to target customers. Analysis of customer, market, competitor, and sales opportunity data. Consultative selling and customer relationship building. Using digital technology and generative artificial intelligence to support sales. Sale communication and value presentation. Negotiation. Objection handling. Closing. After-sales service. Sales performance measurement. Ethics. Data privacy. Responsibility toward customers, society and the environment in sales.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

วช.มก. 1-1

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

1. **รหัสวิชา** 04308381 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Modern Integrated Marketing Communications
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันนี้การสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ที่แข็งแกร่งและน่าเชื่อถือมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างยิ่ง การเชื่อมโยงเครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบให้สอดประสานเป็นกลยุทธ์เดียวกันเป็นสิ่งจำเป็น ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขาย การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และ Social media เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ และกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทที่เปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล โดยเน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วางแผนแคมเปญการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ตอบโจทย์ ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง เพื่อเพิ่มมูลค่าแบรนด์	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO2 พัฒนาแผนการสื่อสาร แบบกลุ่ม โดยบูรณาการ เครื่องมือต่าง ๆ และนำเสนอเชิงเหตุผล	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 นำเสนอแผนการสื่อสาร และแคมเปญเชิงกลยุทธ์และผลลัพธ์ ของแคมเปญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมืออาชีพ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด การผสมผสานเครื่องมือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล ประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การตลาดดิจิทัล การจัดกิจกรรมและการสร้างประสบการณ์ การสร้างการรับรู้ตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า การกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อ แคมเปญแบบบูรณาการในบริบทของตลาดยุคใหม่

Integrated marketing communication strategies. Integrated tools. Advertising. Sales. Promotion. Personal selling. Public relations. Direct marketing. Digital marketing. Event and experiential marketing. Brand awareness building. Brand image. Purchase behavior simulation. Integrated campaigns in a modern market context.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

วช.มก. 1-1

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

1. **รหัสวิชา** 04308383 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย จริยธรรมทางการตลาด
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing Ethics
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การสร้างความไว้วางใจความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์เชิงบวกของตราสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนความภักดีของลูกค้าและการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว จริยธรรมทางการตลาดมีบทบาทต่อการกำกับแนวทางการสื่อสารและการดำเนิน กิจกรรมทางการตลาดให้เป็นไปอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบโดยช่วยลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย หลีกเลี่ยงการโฆษณาที่บิดเบือนหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและส่งเสริมการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าและมาตรฐานทางจริยธรรมขององค์กร ทำให้จริยธรรมทางการตลาดจึง มีความสำคัญ ในฐานะกลไกที่ช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่างน่าเชื่อถือ สร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหากองค์กรขาดจริยธรรมทางการตลาดอาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบอย่างรุนแรงต่อแบรนด์โดยเฉพาะความเสียหายด้านชื่อเสียง และความเชื่อมั่นซึ่งสามารถขยายตัวอย่างรวดเร็วผ่านสื่อดิจิทัลและนำไปสู่กระแสต่อต้านจากผู้บริโภคได้

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายแนวคิด หลักการ ความสำคัญ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางการตลาดในบริบทของธุรกิจยุคดิจิทัลและนวัตกรรมธุรกิจได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO2 วิเคราะห์ประเด็นจริยธรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ผู้มีส่วนได้เสีย การวิจัยการตลาด การใช้ข้อมูล และการสื่อสารการตลาด โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูลทางการตลาด และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานทางการตลาดอย่างโปร่งใส รับผิดชอบ และเป็นธรรมได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO4 วางแผนหรือเสนอแนวทางพัฒนาโครงงานนวัตกรรมธุรกิจหรือนวัตกรรมการตลาดที่คำนึงถึงจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO5 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางการตัดสินใจทางการตลาดอย่างมีจริยธรรม โดยใช้ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และเทคโนโลยีดิจิทัลได้	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและหลักการของจริยธรรมทางการตลาด ความสำคัญของจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจยุคดิจิทัล จริยธรรมทางการตลาดของสถาบันทางธุรกิจ ปัจจัยที่กำหนดจริยธรรมทางการตลาด จริยธรรมต่อผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย จริยธรรมกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด จริยธรรมกับการวิจัยการตลาด การใช้ข้อมูลผู้บริโภคและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จริยธรรมในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ อินฟลูเอนเซอร์ และปัญญาประดิษฐ์ ปัญหาและข้อโต้แย้งในการนำจริยธรรมทางการตลาดความรับผิดชอบต่อสังคม การตลาดอย่างยั่งยืน และการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Concepts and principles of marketing ethics. Importance of ethics in digital business. Marketing ethics of business institutions. Factors influencing marketing ethics. Ethics toward consumers and stakeholders. Ethics in marketing strategy formulation. Ethics in marketing research. Using consumer data and personal data protection. Ethics in digital marketing communication. Social media. Influencer marketing. Artificial intelligence. Issues and debates in application of marketing ethics. Social responsibility. Sustainable marketing and business operations that consider social and environmental impacts.

8. **อาจารย์ผู้สอน**
   รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3
9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**
   รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308384 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดยั่งยืน
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sustainable Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปัจจุบันนี้การประกอบธุรกิจไม่สามารถมุ่งเน้นเพียงผลกำไรได้ ธุรกิจต้องคำนึงถึงการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างองค์กร ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม เรียนรู้กระบวนการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนต่อผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเข้าใจแนวคิดการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างความเข้าใจในกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดอย่างยั่งยืนเพื่อสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่ต่อการสนับสนุนธุรกิจที่มีจุดยืนเพื่อสังคม ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มั่นคงและยั่งยืน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เข้าใจแนวคิดการตลาดที่เชื่อมโยงกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
CLO2 ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่คำนึงถึงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อตอบโจทย์ตลาดสมัยใหม่	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดของการตลาดที่เชื่อมโยงกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งเสริมความยั่งยืนในด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตราสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาด การพัฒนาที่ยั่งยืน การวางแผนและการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคม

Concept of marketing linked to social and environmental responsibility. Application of marketing strategies that promote sustainability in products or services. Branding. Pricing. Distribution channels and marketing communications. Sustainable development. Ethical planning and decision-making. Creating shared value between business and society.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308385 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Customer Relationship Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในโลกธุรกิจปัจจุบันการสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจได้ ต้องเข้าใจผู้บริโภคและตอบสนองตรงความต้องการผู้บริโภค การบริหารความสัมพันธ์ การรักษาลูกค้าเดิม การหาลูกค้าใหม่ เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าแบบรายบุคคล การปรับเครื่องมือทางการตลาด การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การวางกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับธุรกิจ ไม่เพียงแต่ช่วยลดต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ที่สูงกว่าการรักษาลูกค้าเดิม แต่ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าตลอดช่วงชีวิตของลูกค้า ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืนในยุคที่ลูกค้ามีทางเลือกมากมาย

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เข้าใจลักษณะแนวคิดกระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค customer journey และออกแบบ ประสบการณ์ ลูกค้าได้อย่างสร้างสรรค์ และมีประสิทธิภาพ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ประยุกต์ใช้กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เพื่อออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
ธุรกิจได้	
CLO4 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนา การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าในธุรกิจ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

กระบวนการทางการตลาดในการรักษาลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้าใหม่ การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า การออกแบบโปรแกรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าและประสบการณ์ลูกค้า การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าและปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อสร้างโปรแกรมการตลาดอย่างมีจริยธรรมสำหรับธุรกิจสมัยใหม่

Marketing process of retaining existing customers and acquiring new customers. Building long-term relationships with clients. Designing marketing programs to understand customer behavior, and customer experiences. Managing customer databases and adaptaion of digital technologies and artificial intelligence to create ethical marketing programs for modern businesses.

8. อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308386 3(2-2-5)
   ชื่อวิชาภาษาไทย กลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการโปรโมตและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Creative Strategies for Promotion and Modern Event Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลายและเปิดรับข้อมูลจากหลายช่องทาง นิสิตจำเป็นต้องเรียนรู้การออกแบบกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรมที่สร้างสรรค์ มีข้อมูลรองรับ และสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่กลุ่มเป้าหมาย รายวิชานี้ช่วยพัฒนาความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด กำหนดวัตถุประสงค์ เลือกเครื่องมือส่งเสริมการตลาด ออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับตราสินค้า ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์สนับสนุนการวางแผนและการสื่อสาร ตลอดจนบริหารทรัพยากร งบประมาณ ความเสี่ยง และจริยธรรม เพื่อให้นิสิตสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์และการจัดกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์ ข้อมูลผู้บริโภค ตลาด ตราสินค้า คู่แข่งขัน และสถานการณ์ทางการตลาดจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการออกแบบกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรม	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO2 วางแผน กลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรม โดย	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
กำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสร้างสรรค์ เครื่องมือ สื่อ งบประมาณ และแนวทางประเมินผลได้อย่างเหมาะสม	
CLO3 ประยุกต์ใช้ ทักษะการทำงานเป็นทีม การสื่อสาร เทคโนโลยีดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบและนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO4 ปฏิบัติงานส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรมโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและกระบวนการของกลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่ การวิเคราะห์ผู้บริโภค ตลาด ตราสินค้า และการแข่งขัน การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย แนวคิดสร้างสรรค์ เครื่องมือส่งเสริมการตลาด และสื่อที่เหมาะสม การออกแบบกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของลูกค้า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ในงานส่งเสริมการตลาด การวัดผล จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Concepts and processes of creative strategies for promotion and modern event marketing. Analysis of consumers, markets, brands, and competition. Determination of objectives, target groups, creative concepts, promotion tools, and appropriate media. Design of events that create customer experience and engagement. Use of digital technology and generative artificial intelligence in promotion. Measurement. Ethic and social and environmental responsibility.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308387 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การโฆษณา
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Advertising
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในโลกยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงโฆษณาได้ง่ายและจำนวนมากต่อวัน การออกแบบและบริหารจัดการแคมเปญโฆษณาได้อย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อโลกของการตลาด เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้สื่อในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้าใจหลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กลยุทธ์การเล่าเรื่อง การเลือกใช้ช่องทางและสื่อที่เหมาะสมกับงบประมาณ โดยใช้ข้อมูลและเครื่องมือวิเคราะห์เชิงดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืนในเชิงธุรกิจ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์ประเด็นทางจริยธรรมในการโฆษณาและสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เคารพสิทธิ ผู้บริโภคคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสนับสนุน การสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO2 ออกแบบกลยุทธ์การ โฆษณาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ในยุคดิจิทัลให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและบริบทของตลาด	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 สร้างเนื้อหา และชิ้นงานโฆษณาเบื้องต้น เพื่อพัฒนา แนวคิดและนำเสนอแคมเปญ โฆษณาอย่างเป็นระบบ	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิด บทบาท และกระบวนการของการโฆษณาในบริบทการตลาดยุคใหม่ การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร การเลือกใช้สื่อ การสร้างสรรค์ข้อความโฆษณาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้เครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบและวิเคราะห์ผลโฆษณา การพิจารณาประเด็นจริยธรรมในงานโฆษณา

Concepts, roles, and processes of advertising in modern marketing context. Strategic communication planning. Media selection. Advertising message creation align with target audiences. Using of digital tools and artificial intelligence in advertising design and advertising performance analysis. Ethical consideration in advertising practices.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308390 1(1-0-2)
   ชื่อวิชาภาษาไทย เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Cooperative Education Preparation
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

   6.1 **ความสำคัญของรายวิชา**

การเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนก่อนการฝึกสหกิจศึกษา มีความสำคัญอย่างยิ่งในการลดช่องว่างระหว่างการเรียนในห้องเรียนกับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ โดยมุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมรอบด้าน ตั้งแต่การเขียนประวัติโดยย่อ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ไปจนถึงการปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรและระเบียบวินัยในการทำงาน วิชานี้ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจสิทธิและหน้าที่ของนิสิตสหกิจศึกษา การพัฒนาบุคลิกภาพ และทักษะการสื่อสารในที่ทำงาน

6.2 **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต**

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายบทบาท หน้าที่ในขณะปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้	PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาหรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)
CLO2 เตรียมเอกสารเพื่อสมัครเข้ารับการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมธุรกิจในสถานประกอบการได้อย่างถูกต้อง	PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาหรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้ (แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักการ แนวคิด และกระบวนการของสหกิจศึกษา ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ความรู้พื้นฐานและเทคนิคในการสมัครงานอาชีพ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน การสื่อสารและ มนุษยสัมพันธ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ ระบบการบริหารคุณภาพในสถานประกอบการ เทคนิคการนำเสนอ การเขียนรายงาน

Principles, concepts and processes of cooperative education. Related rules and regulations. Basic knowledge and techniques in job application. Basic knowledge and techniques in working. Communication and human relations. Personality development. Quality management system in workplace. Presentations techniques. Report writing.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308391 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Basic Research Methods in Business
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ระเบียบวิธีวิจัยช่วยเสริมสร้างทักษะการวิจัยทางธุรกิจที่จำเป็นต่อการทำงานยุคใหม่ โดยพัฒนาความเข้าใจทั้งเชิงทฤษฎีและการประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงขององค์กร อีกทั้งช่วยยกระดับความสามารถในการตัดสินใจบนฐาน ข้อมูล ผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องมือสถิติขั้นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการแก้ปัญหาและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายหลักการ ระเบียบวิธี และกระบวนการวิจัยทางธุรกิจเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์และเลือกใช้ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือวิจัยที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ออกแบบและวางแผนโครงงานวิจัยทางธุรกิจโดยกำหนดปัญหาวิจัย วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และวิธีดำเนินการวิจัยได้อย่างเหมาะสม	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO4 พัฒนาและนำเสนอรายงานการวิจัยทางธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย โดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา**

หลักและระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจยุคใหม่การกำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์วิจัย การทบทวนวรรณกรรม การตั้งสมมติฐาน การออกแบบงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล การประเมินคุณภาพเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การตีความและสรุปผลวิจัย การเขียนรายงานตามหลักวิชาการ และการนำเสนอผลการวิจัย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลในยุคดิจิทัล

Principles and modern methods of business research. Identification of research problems and objectives. Review of literature. Formulation of hypotheses. Quantitative and qualitative research design. Construction and validation of research instruments. Data collection. Application of basic statistical techniques for data analysis. Interpretation and conclusion of research findings. Academic report writing and research presentation. Incorporating digital tools and data-analysis software.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308411 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย กลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Organization Strategy of Future
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ปลูกฝังทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์เพื่อนำทางองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนท่ามกลางยุคสมัยที่เทคโนโลยีพลิกผันและเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความซับซ้อนสูงผ่านเครื่องมือสมัยใหม่ เพื่อประเมินโอกาสและปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ออกแบบโมเดลธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Model) ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่า กำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางเชิงกลยุทธ์ ที่แม่นยำเพื่อเตรียมความพร้อมให้องค์กรสามารถ รับมือกับความเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปรับเปลี่ยนแนวคิดการวางแผนกลยุทธ์จากรูปแบบคงที่ไปสู่การบริหารจัดการที่เน้นความยืดหยุ่นและการปรับตัวอย่างต่อเนื่องให้ทันต่อสถานการณ์ เสริมสร้างความ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Leadership)ที่สามารถขับเคลื่อนนวัตกรรมและวัฒนธรรมองค์กรให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดในระดับสากล

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ผันผวน เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางองค์กรได้อย่างมีวิสัยทัศน์และจริยธรรม	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO2 ออกแบบและสร้างแบบจำลองธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Models) ที่สามารถ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
สร้างคุณค่าและความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน	
CLO3 ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 แสดงออกถึงภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และทำงานร่วมกับผู้อื่นในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง พร้อมสื่อสารแผนกลยุทธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิด หลักการ และกลยุทธ์ในการกำหนดทิศทางองค์กรในยุคอนาคต การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ผันผวน การใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การออกแบบโมเดลธุรกิจดิจิทัล การปรับตัวและความยืดหยุ่นเพื่อเข้ากับการเปลี่ยนแปลง การนำทีมและสื่อสารกลยุทธ์ด้วยจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Concepts, principles and strategies for setting organizational direction in future age. Analysis of volatile environments. Data-driven for stratergic decision-making. Digital business model design. Adaptation and flexibility for change management. Strategic leadership and communicating strategy with ethics and responsibility to stakeholders.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308421 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการคุณภาพเพื่อความเป็นเลิศในการดำเนินงาน
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Quality Management for Operational Excellence
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การจัดการคุณภาพมีสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและลดความสูญเปล่าในกระบวนการทางธุรกิจอย่างยั่งยืน การนำแนวคิดคุณภาพมาบูรณาการอย่างเป็นระบบช่วยลดต้นทุนความล้มเหลวพร้อมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียท่ามกลางสภาวะตลาดที่ผันผวน การขับเคลื่อนองค์กรด้วยวัฒนธรรมคุณภาพและการตัดสินใจบนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงเป็นปัจจัยชี้ขาดที่นำไปสู่ความเป็นเลิศในการปฏิบัติงาน (Operational Excellence) ซึ่งช่วยยกระดับขีดความ สามารถในการสร้างนวัตกรรมและธำรงไว้ซึ่งมาตรฐานระดับสากลได้อย่างเป็นรูปธรรม

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต/ผู้เรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบายเครื่องมือคุณภาพสมัยใหม่ที่สนับสนุนความเป็นเลิศในการดำเนินงานขององค์กรได้	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ประเมินปัญหาคุณภาพในกระบวนการการดำเนินงานขององค์กรได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ประยุกต์ใช้เครื่องมือคุณภาพในการเสนอแนวทางปรับปรุงกระบวนการอย่างเป็นระบบ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

คุณภาพและการจัดการคุณภาพ เครื่องมือการจัดการคุณภาพเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินงานขององค์กร การประยุกต์ใช้เครื่องมือคุณภาพ การวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง การสร้างวัฒนธรรมคุณภาพทั่วทั้งองค์การ

Quality and quality management. Quality management tools for operational excellence. Application of quality tools. Continuous process analysis and improvement. Fostering a quality culture throughout the organization.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308422 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ภาวะผู้นำและการพัฒนาทีมงาน
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Leadership and Team Development
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

   6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ถือเป็นการสร้างรากฐานขององค์การที่แข็งแกร่ง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสาร การตัดสินใจภายใต้ความกดดัน และการสร้างความไว้วางใจภายในทีม วิชานี้ช่วยให้ผู้เรียน เรียนรู้กระบวนการสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพสูง ผ่านกระบวนการพัฒนาทีมและการบริหารความขัดแย้ง ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้เป้าหมายขององค์กรบรรลุผลสำเร็จเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืนและพัฒนาบุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับธุรกิจในระยะยาว

   6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
CLO2 สามารถวางแผน พัฒนา สร้างแรงจูงใจอย่างมีประสิทธิภาพ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO3 มีทักษะ ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีมและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

บริบทของภาวะผู้นำในยุคสมัยใหม่ กระบวนการที่ผู้นำใช้เพื่อนำพาทีมไปสู่เป้าหมาย การสร้างแรงจูงใจ สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาทักษะของสมาชิกในทีม คุณสมบัติ ผู้นำที่ดี การมอบหมายงานที่เหมาะสม การฝึกอบรม และการสร้างผู้ฝึกสอน เพื่อการเติบโตและบรรลุเป้าหมายของทีม

Evolving paradigms of modern leadership. Strategic processes used to guide teams toward collective goals. Driving motivation and cultivating a positive work culture through psychological safety and effective communication strategies. Essential qualities of a modern leader. Fostering skill enhancement and talent development. Empowering team members to ensure sustainable growth and achieve long-term organizational success.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308423 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการวิกฤตและการเปลี่ยนแปลง
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Crisis and Change Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความผันผวนสูงและไม่แน่นอน (VUCA World) องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมี ความสามารถในการปรับตัว และ การจัดการความเสี่ยง อย่างเร่งด่วน รายวิชานี้มีความสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้นิสิตมีชุดทักษะที่จำเป็นต่อการอยู่รอดขององค์กร โดยเน้นการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจภายใต้ความกดดัน เพื่อให้สามารถเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสในการสร้างสรรค์และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปในทางที่ดีขึ้น

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงและประเภทของวิกฤตที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์การเพื่อจัดทำแผนรับมือวิกฤตได้อย่างเหมาะสม	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO2 บูรณาการแนวคิดและโมเดลการจัดการวิกฤตเข้ากับหลักการจัดการการเปลี่ยนแปลง เพื่อวางแผนการฟื้นตัวและการปรับตัวอย่างยืดหยุ่น	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO3 แสดงออกถึงภาวะผู้นำ และสื่อสารข้อมูลระหว่างเกิดวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะการสื่อสาร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
	พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

แนวคิด หลักการ และกลยุทธ์ในการจัดการวิกฤตและการเปลี่ยนแปลง การตอบสนองต่อบริบทที่มีพลวัตและความไม่แน่นอน การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจภายใต้ความกดดัน การบูรณาการแนวคิดการจัดการวิกฤตกับการจัดการการเปลี่ยนแปลง การฟื้นตัว ปรับตัว และความยืดหยุ่น จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย

Concepts, principles, and strategies of crisis and change management. Responses to dynamic and uncertain environments. Data analysis for decision-making under pressure. Integration of crisis management and change management concepts. Recovery, adaptation, and resilience. Ethics and responsibility toward stakeholders.

8. อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308431 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อความยั่งยืน
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Value Chain Management for Sustainability
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... ..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308101 การจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

พัฒนาศักยภาพของบัณฑิตให้เข้าใจกระบวนการบริหารจัดการกิจกรรมทางธุรกิจแบบองค์รวม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเพื่อสร้างคุณค่าสูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บูรณาการ เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ากับการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน การเคลื่อนที่และเครือข่าย ความร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพ ยกระดับเนื้อหาให้มีความทันสมัยเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยมุ่งเน้นการปรับตัวให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านเทคโนโลยีและเศรษฐกิจดิจิทัลส่งเสริมแนวคิด การสร้างความยั่งยืนและจริยธรรมทางธุรกิจผ่านการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว (Green SCM) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เพื่อสร้างรากฐานด้านคุณธรรมและธรรมาภิบาลในการดำเนินงานยุคปัจจุบัน ประยุกต์องค์ความรู้สู่การวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่สมดุล ทั้งในด้านผลกำไรขององค์กร การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์และประเมินปัญหาทางจริยธรรมและความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเสนอแนวทางแก้ไขด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
CLO2 บูรณาการแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าเข้ากับกลยุทธ์องค์การ และประยุกต์ใช้หลักการบริหาร	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
จัดการสินทรัพย์หมุนเวียนและวัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพ	
CLO3 ออกแบบและสร้างแบบจำลองการบริหารจัดการการเคลื่อนที่และเครือข่าย เน้นความยืดหยุ่นและประสิทธิภาพด้านต้นทุนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

แนวคิด หลักการ และกลยุทธ์ในการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม การบูรณาการและเพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรมหลักตลอดห่วงโซ่คุณค่า การบริหารจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนและคลังสินค้า การบริหารจัดการการเคลื่อนที่และเครือข่าย การบูรณาการการไหลของข้อมูลด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูล

Concepts, principles and strategies in value chain management. Economic, social, and environmental sustainability. Integration and optimization of core activities throughout the value chain. Management of working capital and inventory, mobility and network management. Integration of data flow with digital technology and data analytics.

8. อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308454 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการนวัตกรรมการตลาด
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Innovation Marketing Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของการขอเปิดรายวิชา

ปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความยั่งยืนให้กับตราสินค้าในโลกธุรกิจสมัยใหม่ควรให้ความสำคัญกับการวางรากฐาน การบริหารจัดการกระบวนการทางการตลาดอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจไปจนถึงการควบคุมผลการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นการสร้างและส่งมอบคุณค่าที่เหนือกว่าให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย เพื่อสร้างความพึงพอใจและผลกำไรในระยะยาว วิชานี้ช่วยให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือสำคัญ ในการแก้ปัญหาธุรกิจจริงได้อย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้องค์การสามารถปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้เท่านั้น

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เข้าใจแนวคิดกระบวนการ วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดและสามารถ วิเคราะห์เผื่อวางแผนกลยุทธ์ได้อย่างถูกต้อง	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดให้เหมาะสมกับธุรกิจ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 ออกแบบการจัดการนวัตกรรมการตลาดและวางแผนการตลาได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
	ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดการจัดการนวัตกรรมการตลาด บทบาทและหน้าที่ผู้จัดการการตลาด นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์ การวางแผน การควบคุม การจัดองค์การ แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต

Concepts of innovation marketing management. Roles and functions of marketing manager. Policy and strategy of product, price, Marketing channels and promotional strategies. Analysis. Planning. Controlling. Organizing. Trends in future market management.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308455 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sales Forecasting and Strategic Analysis
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการขอเปิดรายวิชาใหม่**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในยุคที่ตลาดมีความผันผวนสูงและธุรกิจต้องตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูล ผู้เรียนจำเป็นต้องเรียนรู้การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เพื่อคาดการณ์ความต้องการของตลาด วางแผนยอดขาย กำหนดเป้าหมายทางการตลาด และสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างมีเหตุผล รายวิชานี้ช่วยพัฒนาความสามารถในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย เลือกใช้เทคนิคการพยากรณ์ที่เหมาะสม แปลผลการพยากรณ์เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์สนับสนุนการวิเคราะห์ และตระหนักถึงความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และจริยธรรมในการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 อธิบาย แนวคิด บทบาท และกระบวนการพยากรณ์ยอดขายที่เชื่อมโยงกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ ข้อมูลยอดขาย ตลาด ลูกค้า และปัจจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการพยากรณ์ยอดขายและการตัดสินใจทางธุรกิจ	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 วางแผน การใช้ผลพยากรณ์ยอดขายเพื่อกำหนดเป้าหมายการขาย แผนการตลาด และแนวทางเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดและกระบวนการพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ แหล่งข้อมูลและการเตรียมข้อมูลยอดขาย การวิเคราะห์แนวโน้ม ฤดูกาล ความผันผวน และปัจจัยที่มีผลต่อยอดขาย เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวัดความคลาดเคลื่อนและการเลือกแบบจำลอง การใช้ผลพยากรณ์ในการกำหนดเป้าหมายการขาย แผนการตลาด และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการพยากรณ์ การสื่อสารผลการวิเคราะห์และจริยธรรมการใช้ข้อมูลทางธุรกิจ

Concepts and processes of sales forecasting and strategic analysis. Data sources and sales data preparation. Analysis of trends, seasonality, volatility, and factors affecting sales. Qualitative and quantitative forecasting techniques. Forecast error measurement and model selection. Using forecasts in setting sales targets, marketing plans, and strategic decisions. Application of digital technology and artificial intelligence in forecasting. Communication of analytical results and ethics in business data use.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308466 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดธุรกิจบริการ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Service Business Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ภาคบริการมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป รายวิชานี้มุ่งให้นิสิตเชื่อมโยงแนวคิดการตลาดบริการกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค ประสบการณ์ลูกค้า คุณภาพบริการ และความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยใช้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ในการตัดสินใจ ออกแบบกลยุทธ์และวางแผนโครงงานด้านบริการ พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการพัฒนาคุณค่าบริการ ตลอดจนคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับการแข่งขันของธุรกิจบริการยุคใหม่

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านการตลาดธุรกิจบริการกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ลักษณะเฉพาะของบริการ และพฤติกรรมผู้บริโภคในภาคบริการ	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประสบการณ์ลูกค้า คุณภาพบริการ และความสัมพันธ์กับลูกค้า	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 วางแผนพัฒนาโครงงานด้านการตลาดธุรกิจบริการโดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ประสบการณ์ลูกค้า คุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความภักดีอย่างเป็นระบบ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 นำเสนอแผนการตลาดธุรกิจบริการผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการออกแบบและบริหารการตลาดธุรกิจบริการ	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

แนวคิดความหมายและลักษณะเฉพาะของบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคในภาคบริการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การออกแบบประสบการณ์ลูกค้า การจัดการคุณภาพบริการ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจและความภักดี การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลในธุรกิจบริการ การตลาดบริการผ่านช่องทางดิจิทัลและช่องทางแบบบูรณาการ การตลาดบริการในธุรกิจบริการ แผนการตลาดบริการ

Concepts and characteristics of services, consumer behavior in service sectors. Service marketing mix. Customer experience design. Service quality management. Customer relationship management. Customer satisfaction and loyalty. Use of technology and data in service businesses. Service marketing through digital and omnichannel channels. Service marketing in service industries. Service marketing plan.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308476 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย หลักการจัดการโลจิสติกส์สมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Principles of Modern Logistics Management
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 **ความสำคัญของรายวิชา**

โลจิสติกส์เป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงอุปสงค์ อุปทาน การผลิต สินค้าคงคลัง การขนส่ง และการส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้า รายวิชานี้ช่วยให้นิสิตเข้าใจบทบาทของโลจิสติกส์ในระบบการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านสินค้าคงคลัง การขนส่ง การจัดตารางเวลา และการประเมินประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ รวมทั้งวางแผนโครงงานโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และระบบสารสนเทศโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ควบคู่กับการคำนึงถึงจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน

6.2 **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต**

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านโลจิสติกส์สมัยใหม่กับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ระบบการตลาด และห่วงโซ่อุปทาน	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านอุปสงค์ อุปทาน สินค้าคงคลัง การขนส่ง ต้นทุน และความเสี่ยงด้านโลจิสติกส์	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 วางแผนพัฒนาโครงงานด้านโลจิสติกส์โดยประยุกต์ใช้การวางแผนอุปสงค์ อุปทาน การ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
จัดการสินค้าคงคลัง การขนส่ง การจัดตารางเวลาและการออกแบบเส้นทางอย่างเป็นระบบ	
CLO4 นำเสนอแนวทางปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ผ่านการทำงานเป็นทีม การสื่อสารเชิงธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ประยุกต์หลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการจัดการโลจิสติกส์อย่างยั่งยืน	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักการและความสำคัญของโลจิสติกส์ทางการตลาด บทบาทในห่วงโซ่อุปทาน การวางแผนอุปสงค์อุปทาน และการผลิต การบริหารสินค้าคงคลัง การขนส่ง ตารางเวลาและเส้นทาง การจัดการต้นทุนประสิทธิภาพ และความเสี่ยง เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ ข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบสารสนเทศและระบบติดตามการขนส่ง โลจิสติกส์อย่างยั่งยืน การวิเคราะห์และประเมินระบบโลจิสติกส์ โครงงานด้านโลจิสติกส์

Principles and importance of marketing logistic. Roles in supply chains. Demand, supply and production planning. Inventory management. Transportation. Scheduling and route planning. Cost, performance and risk management. Digital technology. Artificial intelligence. Big data. Logistics information and tracking systems. Sustainable logistics. Logistics system analysis and evaluation. Logistics projects.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308490 6
   ชื่อวิชาภาษาไทย สหกิจศึกษา
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Cooperative Education
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308390 เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา (Cooperative Education Preparation)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

   6.1 **ความสำคัญของรายวิชา**

การก้าวสู่โลกแห่งการทำงานจริง โดยผสมผสานการเรียนในห้องเรียนกับการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ การทำงานในสถานประกอบการณ์เป็นการเพิ่มประสบการณ์การทำงานจริง ช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกประสบการณ์จริง ภายติการดูแลของพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ พัฒนาทักษะเฉพาะทางในสายอาชีพ ทักษะทางสังคม เพื่อโอกาสในการได้งานและสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ในสายอาชีพ

   6.2 **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต**

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 ปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมธุรกิจตามที่ได้รับมอบหมายได้	PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาหรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้(แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)
CLO2 จัดทำรายงานเพื่อการนำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้	PLO6 ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาหรือนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติในการทำงานด้านการจัดการในสถานประกอบการ โดยใช้องค์ความรู้ในสาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจได้(แผนการเรียนสหกิจศึกษา/CWIE)

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงงานที่ได้รับมอบหมายตลอดจนการจัดทำรายงานและการนำเสนอ

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

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308491 3(3-0-6)
   ชื่อวิชาภาษาไทย ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Basic Methods of Modern Marketing Research
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชาใหม่**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

ในยุคที่การตัดสินใจทางการตลาดต้องอาศัยข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์ นิสิตจำเป็นต้องเรียนรู้ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาดเพื่อให้สามารถกำหนดปัญหาวิจัย ออกแบบการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลอย่างเป็นระบบ ผู้เรียนสามารถพัฒนาการใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ การวางแผนงานวิจัยที่เหมาะสมกับปัญหาทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์สนับสนุนกระบวนการวิจัย ตลอดจนการปฏิบัติงานวิจัยโดยคำนึงถึงจริยธรรม ความถูกต้องและความรับผิดชอบต่อผู้ให้ข้อมูลและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์ ปัญหาทางการตลาดและข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อกำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ และแนวทางการวิจัยที่เหมาะสม	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO2 วางแผน การวิจัยทางการตลาด โดยกำหนดรูปแบบการวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือวิจัย วิธีเก็บข้อมูล และแนวทางวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO3 ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ การทำงานเป็นทีม และการ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
สื่อสารในการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยทางการตลาด	การทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO4 ปฏิบัติ งานวิจัยทางการตลาดโดยยึดหลักจริยธรรมการวิจัย ความถูกต้องของข้อมูล และความรับผิดชอบต่อผู้ให้ข้อมูลและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางนวัตกรรมธุรกิจ แขนงวิชานวัตกรรมการตลาด การกำหนดปัญหาการวางรูปแบบวิจัย การตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถาม การวิเคราะห์และตีความข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การเขียนรายงานและการเสนอผลการวิจัย

Principles and research methods in Business Innovation in Marketing Innovation. 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.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308497 1
   ชื่อวิชาภาษาไทย สัมมนา
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Seminar
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การจัดสัมมนามีความสำคัญอย่างยิ่งในการฝึกฝนทักษะการคิดขั้นสูง โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนนำความรู้จากหลากหลายวิชามาบูรณาการเพื่อวิเคราะห์ ประเมินและวิพากษ์ประเด็นร่วมสมัยในโลกธุรกิจ วิชานี้ช่วยพัฒนาทักษะการสืบค้นข้อมูลอย่างเป็นระบบ การนำเสนออย่างมืออาชีพและการถกเถียงด้วยเหตุผลเชิงวิชาการ ช่วยให้ผู้เรียนเท่าทันความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงเป็นการฝึกฝนทักษะการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนและการมองภาพรวมของกลยุทธ์ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้บริหารหรือนักวิชาการที่สามารถให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่มีคุณภาพได้

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์ปัญหาทางนวัตกรรมธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้	PLO2 สามารถใช้ความรู้ทางธุรกิจในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อพัฒนากลยุทธ์นวัตกรรมธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มในบริบทธุรกิจพลวัตได้
CLO2 จัดทำบทสรุปเพื่อการนำเสนอประเด็นด้านนวัตกรรมธุรกิจร่วมกับผู้อื่นได้	PLO3 สามารถวางแผนพัฒนาและบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO3 แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ทางวิชาการ	PLO4 แสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ ทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
	เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางนวัตกรรมธุรกิจในระดับปริญญาตรี

Presentation and discussion on current interesting topics in business innovation at the bachelor's degree level

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308498 3
   ชื่อวิชาภาษาไทย ปัญหาพิเศษ
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Special Problem
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   (✓) วิชาเฉพาะบังคับ
   ( ) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** ไม่มี
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**
   6.1 **ความสำคัญของรายวิชา**

ให้นิสิตบูรณาการองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูล การวางแผนและบริหารโครงการ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และพัฒนาแนวทางแก้ไขปัญหาหรือสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจจากสถานการณ์จริง ภายใต้หลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม อันเป็นการเตรียมความพร้อมสู่การปฏิบัติงานวิชาชีพ การวิจัย และการพัฒนาโครงการนวัตกรรมธุรกิจในอนาคต

6.2 **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต**

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 วิเคราะห์ปัญหา สภาพแวดล้อม และประเด็นทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ	PLO1 เชื่อมโยงแนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
CLO2 รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้เพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ
CLO3 วางแผนและพัฒนาโครงการหรือแนวทางแก้ไขปัญหาทางธุรกิจโดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมธุรกิจได้	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO4 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และทักษะการสื่อสารในการนำเสนอผลการศึกษาและการพัฒนาโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ดำเนินการศึกษาและพัฒนาโครงการภายใต้หลักจริยธรรมทางวิชาการ จริยธรรมทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคม	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

การศึกษาค้นคว้าทางนวัตกรรมธุรกิจระดับปริญญาตรี และเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน

Study and research in business innovation at the bachelor's degree level and compile into a written report.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี

วช.มก. 1-1

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

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

1. **รหัสวิชา** 04308499 3
   ชื่อวิชาภาษาไทย การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดสมัยใหม่
   ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Professional Internship in Modern Marketing
2. **รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้**
   (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจ
   ( ) วิชาเฉพาะบังคับ
   (✓) วิชาเฉพาะเลือก
   ( ) หมวดวิชาเลือกเสรี
   ( ) วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. **วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน** 04308102 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. **วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน** ไม่มี
5. **วันที่จัดทำรายวิชา** วันที่ 9 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2569
6. **วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา**

6.1 ความสำคัญของรายวิชา

การเชื่อมทฤษฎีสู่การปฏิบัติจริงเป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และช่วยให้เข้าใจเทคโนโลยีใหม่ (เช่น AI, Data, Automation) ผ่านการเรียนรู้จากการทำงานจริงในองค์กร รวมทั้งสามารถนำ ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง พัฒนาทักษะวิชาชีพ การแก้ปัญหาการ ทำงานเป็นทีมและการสื่อสาร ตลอดจนเรียนรู้การทำงานร่วมกับ องค์กรธุรกิจ นอกจากนี้ยังเป็น โอกาสในการสร้างเครือข่ายวิชาชีพและเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพซึ่งช่วยเพิ่มความพร้อมทั้ง ด้านทักษะและทัศนคติ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการเตรียมความพร้อมก่อนการก้าวสู่การเป็นนักการตลาด มืออาชีพในยุคดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO1 ปฏิบัติงานในสถานประกอบการด้านการตลาด การจัดการ หรือนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีความรับผิดชอบ มีวินัย และปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
CLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลของสถานประกอบการหรือแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา และการปฏิบัติงานทางธุรกิจได้	PLO2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิต	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
CLO3 วางแผนและดำเนินงานที่ได้รับมอบหมายหรือโครงงานย่อยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสมัยใหม่ การจัดการ หรือนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	PLO3 วางแผนพัฒนาเพื่อการบริหารโครงงานนวัตกรรมธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสถานประกอบการโดยแสดงออกถึงทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม ภาวะผู้นำเบื้องต้น และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์ในการสนับสนุนการทำงานได้	PLO4 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ มีทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะการสื่อสาร พร้อมสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมธุรกิจได้
CLO5 ปฏิบัติงานและสะท้อนผลการเรียนรู้จากประสบการณ์วิชาชีพ โดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณในการทำงานได้	PLO5 ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. **คำอธิบายรายวิชา (Course Description)**

การฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงด้านการตลาดสมัยใหม่เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ หรือ 200 ชั่วโมง การประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการตลาด กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การสื่อสารการตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ การจัดทำรายงานและสะท้อนผลการเรียนรู้จากประสบการณ์วิชาชีพ

Practical training in real workplace related to modern marketing for not less than 8 weeks or 200 hours. Application of Marketing Knowledge. Digital marketing strategies. Marketing communication. Customer relationship management. Marketing data analysis. Digital technology and artificial intelligence. Preparation of reports and reflection on professional learning.

8. **อาจารย์ผู้สอน**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตรข้อ 5.1.3

9. **ตารางแสดงผลลัพธ์การเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา**

รายละเอียดตามที่ปรากฏในเล่มหลักสูตร ภาคผนวก 1

ภาคผนวก 4
เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308101	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การจัดการสมัยใหม่	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Contemporary Management)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำเนื้อหารายวิชา+แนวคิดการจัดการ	3
2.	วิวัฒนาการทางการจัดการ	3
3.	สภาพแวดล้อมองค์การ	3
4.	สภาพแวดล้อมระดับโลก	3
5.	จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3
6.	การวางแผน	3
7.	การจัดองค์การ	3
8.	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3
9.	การนำ	3
10.	แรงจูงใจ	3
11.	การทำงานเป็นทีม	3
12.	การสื่อสารองค์การ	3
13.	การควบคุม	3
14.	การจัดการการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์การ	3
15.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308102	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	หลักการตลาด	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Principles of Marketing)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดสมัยใหม่	3
2.	กระบวนการทางการตลาดและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการวางแผนการตลาด	3
3.	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	3
4.	การแบ่งส่วนตลาดการเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	3
5.	กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3
6.	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3
7.	การจัดการวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	3
8.	กลยุทธ์ราคา	3
9.	กลยุทธ์ช่องทางการจำหน่าย	3
10.	กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	3
11.	การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์	3
12.	การส่งเสริมการขาย	3
13.	การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง	3
14.	การวิจัยการตลาดเบื้องต้น	3
15.	การนำเสนอโครงงานกลุ่ม สรุปบทเรียน และการสะท้อนผลการเรียนรู้	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308111	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Economics for Business)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิชาเศรษฐศาสตร์	3
2.	ระบบเศรษฐกิจ	3
3.	อุปสงค์และอุปทาน	3
4.	การผลิตและต้นทุนธุรกิจ	6
5.	โครงสร้างตลาดและการตั้งราคาในธุรกิจ	6
6.	การตัดสินใจลงทุนทางธุรกิจ	3
7.	รายได้ประชาชาติ	3
8.	การเงินและการธนาคาร	3
9.	นโยบายการเงินและการคลัง	6
10.	เศรษฐกิจระหว่างประเทศ	3
11.	ความผันผวนของเศรษฐกิจ	3
12.	เศรษฐกิจดิจิทัล	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308157 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย อัตลักษณ์ความเป็นนักวิชาชีพด้านการตลาด
ชื่อภาษาอังกฤษ (Marketing Professional Identity)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำสู่สายงานการตลาดและภาพรวมบทบาท	3
2.	การประเมินตนเองในบริบทการตลาด	3
3.	การสร้างแบรนด์การเป็นนักการตลาด	3
4.	เทคนิคการสื่อสารมืออาชีพ	6
5.	บทบาทสายงานด้านการสื่อสารการตลาด	6
6.	บทบาทสายงานด้านการตลาดดิจิทัล	3
7.	บทบาทสายงานด้านผลิตภัณฑ์และแบรนด์	3
8.	บทบาทสายงานด้านข้อมูล	6
9.	บทบาทสายงานตลาดด้านงานขายและบริการลูกค้า	6
10.	การวางแผนอาชีพและเส้นทางพัฒนา	6
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308201 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย นวัตกรรมธุรกิจเบื้องต้น
ชื่อภาษาอังกฤษ (Innovation to Business Innovation)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความหมาย แนวคิด และความสำคัญของนวัตกรรมธุรกิจ	3
2.	บทบาทของนวัตกรรมต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ	3
3.	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรม	3
4.	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม	3
5.	การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม	3
6.	การวิเคราะห์แนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัล	3
7.	การสืบค้น รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้	3
8.	การใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ	3
9.	การสร้างคุณค่าและโมเดลธุรกิจเบื้องต้น	3
10.	การใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	3
11.	เทคโนโลยีดิจิทัล และ ปัญญาประดิษฐ์สำหรับธุรกิจ	3
12.	การวางแผนโครงงานนวัตกรรมธุรกิจ	3
13.	ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม	3
14.	จริยธรรมธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3
15.	การนำเสนอผลงานโครงงาน	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308202	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การจัดการการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืน	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Sustainable Operations Management)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำการจัดการการปฏิบัติการและความยั่งยืน	6
2.	การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	6
3.	การออกแบบกระบวนการและผังงาน	6
4.	กระบวนการผลิตสีเขียว	6
5.	การวางแผนและการจัดการกำลังการผลิต	3
6.	การเลือกทำเลที่ตั้งอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	6
7.	การวางแผนและควบคุมระบบการผลิต	3
8.	การจัดการคุณภาพและเครื่องมือคุณภาพสมัยใหม่	3
9.	การบูรณาการความยั่งยืนกับการปฏิบัติการในองค์กรจริง	6
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308203	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	กฎหมายและภาษีสำหรับธุรกิจ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Law and Tax for Business)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำเนื้อหารายวิชา ความหมายและที่มาของกฎหมาย	3
2.	ประเภทของกฎหมาย	3
3.	การตีความและอุดช่องว่างกฎหมาย	3
4.	นิติกรรมสัญญา	3
5.	การระงับข้อพิพาทและประนีประนอมยอมความ	3
6.	หุ้นส่วนและบริษัท	3
7.	เอกเทศสัญญา	3
8.	สัญญาเช่า	3
9.	สัญญาจ้างแรงงานและสัญญาทำของ	3
10.	สัญญาจ้างงานและตั๋วสัญญา	3
11.	การประกันด้วยคนและทรัพย์	3
12.	ทรัพย์สินทางปัญญา	3
13.	กฎหมายภาษีอากร	6
14.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308204 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย ดิจิทัลทางธุรกิจ
ชื่อภาษาอังกฤษ (Digital Business)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำสู่ดิจิทัลทางธุรกิจและภาพรวมการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในยุคดิจิทัล	3
2.	แนวคิด บทบาท และความสำคัญของระบบดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่	3
3.	การเปลี่ยนผ่านสู่ธุรกิจดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัล	3
4.	โมเดลธุรกิจดิจิทัลและแพลตฟอร์มดิจิทัล	3
5.	การสร้างคุณค่าและความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	3
6.	ระบบดิจิทัลกับการดำเนินงานและกระบวนการทางธุรกิจ	3
7.	ระบบดิจิทัลกับการตลาดดิจิทัลและการสื่อสารทางธุรกิจ	3
8.	ระบบดิจิทัลกับงานบริการและการจัดการประสบการณ์ลูกค้า	3
9.	ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การวิเคราะห์ข้อมูล และการตัดสินใจทางธุรกิจ	3
10.	ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ระบบอัตโนมัติ และเทคโนโลยีอัจฉริยะทางธุรกิจ	3
11.	ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูล	3
12.	จริยธรรมดิจิทัล ความรับผิดชอบต่อสังคม และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3
13.	แนวโน้มเทคโนโลยีดิจิทัลในอนาคต	3
14.	การนำเสนอและอภิปรายโครงงานกลุ่มด้านดิจิทัลทางธุรกิจ	3
15.	การนำเสนอโครงงานกลุ่ม สรุปบทเรียน และการสะท้อนผลการเรียนรู้	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308205	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	สถิติธุรกิจ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Business Statistics)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ทฤษฎีและวิธีการทางสถิติในองค์กรดิจิทัล	6
2.	การจัดระบบข้อมูลและฉายภาพข้อมูล	3
3.	การวัดค่ากลางและการกระจายข้อมูล	3
4.	การแจกแจงความน่าจะเป็น	3
5.	การสุ่มตัวอย่าง	6
6.	การประมาณค่าช่วงความเชื่อมั่น	6
7.	การทดสอบสมมติฐาน	6
8.	การทดสอบไคสแควร์และสถิตินอนพาราเมตริก	6
9.	การวิเคราะห์ความแปรปรวน	3
10.	การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308211 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่
ชื่อภาษาอังกฤษ (Modern Human Resource Management)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การ การจัดการและการบริหารทรัพยากรมนุษย์	3
2.	ทฤษฎีแนวคิดพื้นฐาน พัฒนาการบทบาทของการจัดการทรัพยากรมนุษย์	3
3.	การออกแบบงาน การวิเคราะห์งาน การกำหนดสมรรถนะ	3
4.	นำเสนองานกลุ่ม	3
5.	การวางแผนทรัพยากรมนุษย์	3
6.	การสรรหาคัดเลือก	3
7.	การสัมภาษณ์	3
8.	นำเสนองานกลุ่ม	3
9.	การปฐมนิเทศ การฝึกอบรม	3
10.	การประเมินผลการปฏิบัติงานและการจัดการผลการปฏิบัติงาน	3
11.	ระบบรางวัลและการจัดการค่าตอบแทน	3
12.	การจัดการพนักงานสัมพันธ์	3
13.	สารสนเทศเพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์	3
14.	การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์	3
15.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308212 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การสื่อสารองค์การในยุคดิจิทัล
ชื่อภาษาอังกฤษ (Organizational Communication in the Digital Era)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำเนื้อหารายวิชา ความหมายและคุณลักษณะของการสื่อสาร	3
2.	ความสำคัญของการสื่อสาร	3
3.	กระบวนการสื่อสาร	3
4.	ทฤษฎีการสื่อสาร	3
5.	โครงสร้างการสื่อสารภายในองค์การ	3
6.	การสื่อสารอวัจนภาษา	3
7.	การสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์การ	3
8.	การสื่อสารกลุ่มในองค์การ	3
9.	การสื่อสารด้วยการเขียน	3
10.	อุปสรรคการสื่อสารในองค์การ	3
11.	เทคโนโลยีและเครื่องมือการสื่อสารแบบดิจิทัล	3
12.	ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อกระบวนการสื่อสารองค์การ	3
13.	การเลือกใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารในองค์การ	3
14.	การถ่ายทอดประสบการณ์ด้านการสื่อสาร การนำเสนอ และบุคลิกภาพในการสื่อสารจากวิทยากรผู้มีประสบการณ์	3
15.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308213	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการจัดการ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Business environment and Management)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความหมายและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม	3
2.	สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ	3
3.	จริยธรรมในธุรกิจ	3
4.	ธรรมาภิบาล	3
5.	ธุรกิจกับสภาพแวดล้อม	3
6.	โมเดลธุรกิจ	3
7.	สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี	3
8.	สภาพแวดล้อมด้านสังคม	3
9.	สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ	3
10.	สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย	3
11.	สภาพแวดล้อมด้านต่างประเทศ	3
12.	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	3
13.	การจัดการธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ด้วยเครื่องมือด้านการจัดการ	3
14.	นำเสนอโมเดลธุรกิจ	3
15.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308221 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การสรรหา คัดเลือกและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
ชื่อภาษาอังกฤษ (Recruitment and Selection)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำรายวิชา แนวคิดและขอบเขตของการสรรหา คัดเลือก และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	3
2.	แนวคิด ทฤษฎี และวิวัฒนาการของการสรรหา คัดเลือก และ HRD	3
3.	การวิเคราะห์งาน การกำหนดสมรรถนะ และการวางแผนอัตรากำลัง	3
4.	การสรรหาเชิงกลยุทธ์และการสรรหาดิจิทัล	3
5.	การคัดเลือกเชิงสมรรถนะและเครื่องมือคัดเลือกสมัยใหม่	3
6.	การสัมภาษณ์ การทดสอบ และการตัดสินใจคัดเลือกอย่างเป็นธรรมและมีจริยธรรม	3
7.	HR Analytics เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการสรรหาและคัดเลือก	3
8.	แนวคิด กระบวนการ และบทบาทของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	3
9.	การออกแบบการฝึกอบรมและการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม	3
10.	การถ่ายทอดการเรียนรู้สู่งานจริง และการประเมินผลการพัฒนา	3
11.	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์และความยั่งยืนขององค์กร	3
12.	กรณีศึกษาการสรรหา คัดเลือก และ HRD ในองค์กรจริง	3
13.	นำเสนองานกลุ่ม ครั้งที่ 1 : วิเคราะห์ปัญหาการสรรหา คัดเลือก และ HRD ในองค์กร	3
14.	นำเสนองานกลุ่ม ครั้งที่ 2 : ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์และนวัตกรรมด้าน RS & HRD	3
15.	สรุป ทบทวน และอภิปรายภาพรวมรายวิชา	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308222	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การพัฒนาองค์การ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Organization Development)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำรายวิชา แนวคิดและขอบเขตของการพัฒนาองค์การ	3
2.	แนวคิด ทฤษฎี และวิวัฒนาการของการพัฒนาองค์การ	3
3.	องค์การในฐานะระบบ และการวิเคราะห์องค์การเชิงระบบ	3
4.	วัฒนธรรมองค์การและการเปลี่ยนแปลง	3
5.	การบริหารการเปลี่ยนแปลงในองค์การ	3
6.	เครื่องมือและเทคนิคการพัฒนาองค์การ	3
7.	การพัฒนาทีม การทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วมในองค์การ	3
8.	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3
9.	การใช้ข้อมูลและเครื่องมือดิจิทัลในการพัฒนาองค์การ	3
10.	การพัฒนาองค์การเพื่อความยั่งยืนและจริยธรรม	3
11.	กรณีศึกษาการพัฒนาองค์การในองค์กรจริง	3
12.	นำเสนองานกลุ่ม ครั้งที่ 1 (การวิเคราะห์องค์การ/วินิจฉัยปัญหา)	3
13.	นำเสนองานกลุ่ม ครั้งที่ 2 (แผนการพัฒนาองค์การ/OD Intervention)	3
14.	สรุป ทบทวน และอภิปรายภาพรวมรายวิชา	3
15.	แนะนำรายวิชา แนวคิดและขอบเขตของการพัฒนาองค์การ	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308231	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมสมัยใหม่	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Modern Business and Social Responsibility)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1. บทบาทของธุรกิจในสังคมสมัยใหม่	3
2. พัฒนาการของ CSR สู่ ESG	6
3. การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3
4. ผลกระทบของธุรกิจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	6
5. จริยธรรมธุรกิจและธรรมาภิบาล	3
6. กรอบแนวคิด ESG	6
7. กลยุทธ์ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	6
8. การสื่อสารความยั่งยืนและรายงานความยั่งยืน	3
9. กรณีศึกษาการดำเนินงานเพื่อสังคมและความยั่งยืน	6
10. นำเสนอผลงานและสรุปการเรียนรู้	3
รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308241	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนวัตกรรมธุรกิจ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Data Analysis Tools for Business Innovation)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนวคิดพื้นฐานด้านคุณภาพและความเป็นเลิศขององค์กร	3
2.	วิวัฒนาการการจัดการคุณภาพและปรัชญาคุณภาพ	3
3.	มาตรฐานคุณภาพและระบบคุณภาพ	6
4.	ต้นทุนคุณภาพและการวัดผลการดำเนินงาน	6
5.	เครื่องมือจัดการคุณภาพและเทคนิคการแก้ปัญหา	6
6.	การจัดการกระบวนการและการปรับปรุงกระบวนการ	6
7.	การประยุกต์ใช้เครื่องมือคุณภาพในงานบริการและอุตสาหกรรม	6
8.	การสร้างวัฒนธรรมคุณภาพ	3
9.	โครงงานการปรับปรุงคุณภาพและการนำเสนอ	6
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308251 3(3-0-6)

ชื่อวิชาภาษาไทย: พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล

ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ: Digital Consumer Behavior

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1.	บทนำสู่พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล	3
2.	การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	3
3.	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล	3
4.	ปัจจัยด้านจิตวิทยาในการตัดสินใจซื้อ	3
5.	ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม และชุมชนออนไลน์	3
6.	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัล	3
7.	เส้นทางผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัล	3
8.	การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล	3
9.	การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค	3
10.	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อวิเคราะห์ผู้บริโภค	3
11.	การแบ่งส่วนตลาดดิจิทัล	3
12.	การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการสร้างตัวตนผู้บริโภค	3
13.	การประยุกต์ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	3
14.	จริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และความยั่งยืนในการใช้ข้อมูลผู้บริโภค	3
15.	การนำเสนอแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลจากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308253	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การตลาดดิจิทัล	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Digital Marketing)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความหมายและความสำคัญของการตลาดดิจิทัลยุคใหม่	3
2.	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	3
3.	สภาพแวดล้อมและแนวโน้มของการตลาดดิจิทัล	3
4.	การแบ่งส่วนตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย	3
5.	กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด	3
6.	การตลาดเนื้อหาและเทคนิคการเล่าเรื่อง	3
7.	กลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ และการเลือกแพลตฟอร์ม	3
8.	กลยุทธ์การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์	3
9.	การทำ SEO SEM และโฆษณาผ่าน Search Engine	3
10.	การตลาดแบบเฉพาะบุคคล และการออกแบบประสบการณ์ลูกค้า	3
11.	การจัดการชื่อเสียงออนไลน์ และ Social Listening	3
12.	การใช้ปัญญาประดิษฐ์และระบบอัตโนมัติในการตลาด	3
13.	การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด และดัชนีชี้วัด	3
14.	การพัฒนาแคมเปญการตลาดและการนำเสนอ	3
15.	การนำเสนอผลงานกลุ่มและสรุปบทเรียน	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308258 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด
ชื่อภาษาอังกฤษ (English for Marketers)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำสู่ภาษาอังกฤษด้านการตลาดและแนวคิดการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง	3
2.	การเขียนข้อความการตลาดที่มีประสิทธิภาพ	3
3.	ภาษาอังกฤษเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	3
4.	เครื่องมือดิจิทัลในการเขียนและปรับแต่งข้อความภาษาอังกฤษ	6
5.	ภาษาอังกฤษเพื่อนำเสนอองค์ประกอบทางด้านการตลาด	6
6.	การเล่าเรื่องแบรนด์ และการวางตำแหน่งการตลาด	6
7.	การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและใช้ภาษาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด	6
8.	ภาษาอังกฤษด้านสำหรับคอนเทนต์ดิจิทัล	3
9.	การใช้ภาษาอังกฤษในการนำเสนอแคมเปญและเทคนิคการโต้ตอบ	9
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308259	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Entrepreneurial Marketing)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำเกี่ยวกับการตลาดสำหรับผู้ประกอบการและนวัตกรรมธุรกิจ	3
2.	บทบาทของผู้ประกอบการในตลาดสมัยใหม่และเศรษฐกิจนวัตกรรม	3
3.	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโอกาสทางการตลาด	3
4.	การวิจัยตลาดและการใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้	3
5.	ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างแนวคิดนวัตกรรมการตลาด	3
6.	การแบ่งส่วนตลาดและการทำความเข้าใจลูกค้าเป้าหมาย	3
7.	การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด	3
8.	การสร้างคุณค่าเชิงนวัตกรรมและข้อเสนอคุณค่าทางการตลาด	3
9.	การออกแบบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3
10.	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการสื่อสารการตลาด	3
11.	การวางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	3
12.	การประเมินความเสี่ยงและการแก้ไขปัญหาทางการตลาด	3
13.	จริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการตลาดผู้ประกอบการ	3
14.	การจัดทำแผนการตลาดสำหรับผู้ประกอบการและโครงงานนวัตกรรมการตลาด	3
15.	การนำเสนอแผนการตลาด การวิพากษ์ และการสะท้อนผลการเรียนรู้	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308282	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	กราฟฟิกและการออกแบบสื่อทางการตลาด	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Graphic Design for Marketing Communications)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำสู่กราฟิกสำหรับการตลาดสมัยใหม่	3
2.	องค์ประกอบพื้นฐานของการออกแบบสื่อกราฟฟิก	3
3.	การสร้างเอกลักษณ์ภาพลักษณ์แบรนด์	3
4.	การประยุกต์ consumer insight ในการออกแบบสื่อ	3
5.	การวางแผนการออกแบบภาพและวิดิโอ	3
6.	การใช้เครื่องมือดิจิทัลและโปรแกรมออกแบบภาพ	6
7.	การใช้เครื่องมือดิจิทัลโปรและแกรมออกแบบวิดิโอ	6
8.	การออกแบบสื่อโซเชียลมีเดียและเนื้อหาดิจิทัล	6
9.	การออกแบบสื่อออฟไลน์	6
10.	การรวมกราฟิกกับแคมเปญ IMC	3
11.	ช่องทางและการนำเสนอสื่อกราฟฟิก	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308311 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ
ชื่อภาษาอังกฤษ (Quantitative Analysis for Business Strategy and Innovation)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความสำคัญของการวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ	3
2.	ประเภทข้อมูลทางธุรกิจและการจัดการข้อมูล	3
3.	สถิติเชิงพรรณนาเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจ	3
4.	การนำเสนอและการแปลผลข้อมูลทางธุรกิจ	3
5.	ความน่าจะเป็นและการตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน	3
6.	สถิติเชิงอนุมานสำหรับการวิเคราะห์ธุรกิจ	3
7.	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และแนวโน้มของข้อมูล	3
8.	การวิเคราะห์การถดถอยและการพยากรณ์ทางธุรกิจ	3
9.	การพยากรณ์เพื่อการวางแผนกลยุทธ์	3
10.	แบบจำลองเชิงปริมาณสำหรับการตัดสินใจทางธุรกิจ	3
11.	การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมทางธุรกิจ	3
12.	การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและเครื่องมือดิจิทัลในการวิเคราะห์ข้อมูล	3
13.	การใช้ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจ	3
14.	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจ	3
15.	การนำเสนอผลงานโครงงานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308312	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Business Information Systems)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	3
2.	การจัดการสารสนเทศเพื่อการวางแผนและตัดสินใจในยุคดิจิทัล	6
3.	การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่าย	6
4.	การจัดการระบบฐานข้อมูลและฐานความรู้	6
5.	การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในองค์กรดิจิทัล	6
6.	นวัตกรรมสารสนเทศและเทคโนโลยีอุบัติใหม่	6
7	ระบบความมั่นคงปลอดภัยทางสารสนเทศ	6
8.	จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้สารสนเทศยุคดิจิทัล	6
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308313	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การจัดการโครงการ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Project Management)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	หลักการและกระบวนการจัดการโครงการ	3
2.	การเริ่มต้นและกำหนดขอบเขตโครงการ	6
3.	การวางแผนและบริหารเวลา	3
4.	การบริหารงบประมาณและต้นทุน	6
5.	การบริหารทรัพยากรและทีมโครงการ	3
6.	การบริหารความเสี่ยงโครงการ	6
7.	การจัดการการสื่อสารและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3
8.	การติดตามควบคุมและการจัดการการเปลี่ยนแปลง	6
9.	เครื่องมือและเทคโนโลยีในการจัดการโครงการ	6
10.	การปิดโครงการและการสรุปบทเรียน	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308314	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการจัดการธุรกิจ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Artificial Intelligence for Business Management)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำปัญญาประดิษฐ์และการจัดการธุรกิจสมัยใหม่	3
2.	กระบวนการเรียนรู้ของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และการใช้ข้อมูล	6
3.	ข้อมูลทางธุรกิจและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยปัญญาประดิษฐ์	6
4.	เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ สำหรับการจัดการธุรกิจ	6
5.	กรณีศึกษา การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานวางแผนและจัดการองค์กร	6
6.	กรณีศึกษา การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ ในการจัดการโครงการทางธุรกิจ	6
7.	จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้ปัญญาประดิษฐ์	3
8.	การออกแบบโครงงานประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในธุรกิจ	6
9.	โครงงานการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308315	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การวิเคราะห์ระบบงานทางธุรกิจ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Business Systems Analysis)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	หลักการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานธุรกิจในองค์กรดิจิทัล	3
2.	เทคนิคการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานทางธุรกิจ	6
3.	การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งาน	6
4.	การออกแบบสถาปัตยกรรมระบบสารสนเทศ	6
5.	การออกแบบกระบวนการทางธุรกิจ	6
6.	การพัฒนาโมเดลข้อมูล	6
7	การออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้งาน	6
8.	การประเมินและเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการควบคุม	6
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308316 3(3-0-6)

ชื่อภาษาไทย ความคิดสร้างสรรค์และการคิดออกแบบเชิงนวัตกรรม

ชื่อภาษาอังกฤษ (Creativity and Design Thinking for Innovation)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline) **จำนวนชั่วโมงบรรยาย**

1.	ความหมาย ความสำคัญ และบทบาทของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	3
2.	แนวคิดและกระบวนการสร้างความคิดสร้างสรรค์	3
3.	เทคนิคการคิดสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาแนวคิดนวัตกรรม	3
4.	หลักการและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ	3
5.	การทำความเข้าใจผู้ใช้ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3
6.	การวิเคราะห์ปัญหาและกำหนดประเด็นปัญหา	3
7.	การสร้างแนวคิดนวัตกรรม	3
8.	การคัดเลือกและพัฒนาแนวคิดนวัตกรรม	3
9.	การสร้างต้นแบบ	3
10.	การทดสอบและปรับปรุงต้นแบบนวัตกรรม	3
11.	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการออกแบบนวัตกรรม	3
12.	การใช้ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์นวัตกรรม	3
13.	การทำงานเป็นทีมและการบริหารความคิดสร้างสรรค์	3
14.	กรณีศึกษานวัตกรรมธุรกิจ	3
15.	การนำเสนอแนวคิดนวัตกรรม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308317	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	ความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Entrepreneurship and New Venture Creation)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	การประกอบธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ	3
2.	การวิเคราะห์โอกาสของผู้ประกอบการ	3
3.	การวางแผนธุรกิจ	3
4.	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3
5.	กลยุทธ์ความคล่องตัว	3
6.	นำเสนองานกลุ่ม	3
7.	การสร้างธุรกิจจากโอกาส	3
8.	สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	3
9.	การสำรวจตลาดสำหรับการสร้างธุรกิจใหม่	3
10.	การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด	3
11.	นวัตกรรมโมเดลทางธุรกิจ	3
12.	การวางแผนทางการเงิน	3
13.	จัดการทรัพยากรมนุษย์	3
14.	การจัดการอาคารสถานที่	3
15.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308321 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การจัดการค่าตอบแทนและผลการปฏิบัติงาน
ชื่อภาษาอังกฤษ (Compensation and Performance Management)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1. ความสัมพันธ์ระหว่าง องค์การ การจัดการ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการผลการปฏิบัติงาน และค่าตอบแทน	3
2. ทฤษฎีค่าตอบแทน	3
3. หลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าตอบแทน	3
4. การวิเคราะห์งานและการประเมินค่างาน	3
5. การสำรวจค่าตอบแทนและจัดทำโครงสร้างค่าตอบแทน	3
6. ผลประโยชน์เกื้อกูล	3
7. ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับค่าตอบแทน	3
8. นำเสนองานกลุ่ม	3
9. แนวคิดพื้นฐานของการประเมินผลการปฏิบัติงาน การจัดการผลการปฏิบัติงาน ความหมาย ความสำคัญ	3
10. การจัดการผลการปฏิบัติงานและการวางแผนกลยุทธ์	3
11. ประเภทการประเมินผลการปฏิบัติงาน	3
12. การออกแบบแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน	3
13. การวัดผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรม	3
14. ค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน	3
15. นำเสนองานกลุ่ม	3
รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308322	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การจัดการความรู้ในองค์การ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Knowledge Management in Organization)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้และลำดับชั้น DIKW	3
2.	แบบจำลอง ทฤษฎี และองค์การแห่งการเรียนรู้	3
3.	จริยธรรมองค์ความรู้ การบริหารจัดการข้อมูล และทรัพย์สินทางปัญญา	3
4.	การระบุ การจับภาพ และการสร้างองค์ความรู้	3
5.	การจัดระเบียบ การเข้ารหัส และการจัดเก็บองค์ความรู้	3
6.	การแบ่งปันความรู้ การถ่ายทำความรู้ และชุมชนแห่งการปฏิบัติ	3
7.	การประยุกต์ใช้และการใช้ประโยชน์องค์ความรู้ในการตัดสินใจ	3
8.	ระบบการจัดการองค์ความรู้ และเทคโนโลยีที่สนับสนุน	3
9.	มิติด้านบุคลากรของการจัดการความรู้: วัฒนธรรม ภาวะผู้นำ และแรงจูงใจ	3
10.	การจัดการการเปลี่ยนแปลงสำหรับการนำการจัดการความรู้ไปใช้	3
11.	การวัดประสิทธิภาพของการจัดการความรู้และปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญ	3
12.	การบูรณาการการจัดการความรู้เพื่อนวัตกรรมธุรกิจ	3
13.	การวางแผนและออกแบบการจัดการความรู้เชิงกลยุทธ์	3
14.	แนวโน้มในอนาคตของการจัดการความรู้	3
15.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308323 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การพัฒนาอย่างยั่งยืนกับกิจการเพื่อสังคม
ชื่อภาษาอังกฤษ (Sustainable Development and Social Enterprise)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำเนื้อหารายวิชา ยกตัวอย่างความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคม	3
2.	แนวคิดกิจการเพื่อสังคมและประเภทของกิจการเพื่อสังคม	3
3.	แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน	3
4.	ปัญหาและความท้าทายทางสังคม	3
5.	การสร้างและประเมินโอกาสในการพัฒนากิจการเพื่อสังคม	3
6.	นำเสนองานกลุ่ม	3
7.	นวัตกรรมทางสังคมและการสร้างคุณค่าทางสังคม	3
8.	การจัดการกิจการเพื่อสังคมเพื่อความสำเร็จ	3
9.	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคม	3
10.	แผนธุรกิจสำหรับกิจการเพื่อสังคม	3
11.	ธุรกิจกับความยั่งยืนและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	3
12.	การสื่อสารและการสร้างแบรนด์กิจการเพื่อสังคม	3
13.	ตัวอย่างกิจการเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จ	3
14.	ธรรมมาภิบาลและจริยธรรมของกิจการเพื่อสังคม	3
15.	นำเสนองานกลุ่มและถอดบทเรียนร่วมกัน	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308331 3(3-0-6)

ชื่อภาษาไทย การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ

ชื่อภาษาอังกฤษ (Business Negotiation)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline) **จำนวนชั่วโมงบรรยาย**

1.	แนะนำเนื้อหารายวิชา ความหมายและความสำคัญของการเจรจาต่อรอง	3
2.	สิ่งจำเป็นในการเจรจาต่อรอง ปัจจัยในการเจรจาต่อรอง	3
3.	แนวคิดและทฤษฎีการเจรจาต่อรอง	3
4.	เจรจาต่อรองกับความขัดแย้ง	3
5.	กระบวนการเจรจาต่อรอง	3
6.	รูปแบบการเจรจาต่อรอง	3
7.	จริยธรรมในการเจรจาต่อรอง	3
8.	การสื่อสารในการเจรจาต่อรอง	3
9.	กลยุทธ์และการประเมินผลลัพธ์ในการเจรจาต่อรอง	3
10.	บทบาทความสัมพันธ์ การใช้ผู้แทน	3
11.	วัฒนธรรมข้ามชาติกับการเจรจาต่อรอง	3
12.	กรณีศึกษา	3
13.	สอบเจรจารายบุคคล	6
14.	กรณีศึกษา	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308332 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
ชื่อภาษาอังกฤษ (International Business Management Principles)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำ หลักการและแนวคิดด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	3
2.	สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของธุรกิจระหว่างประเทศ	3
3.	สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ	3
4.	วัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรม	3
5.	เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ในธุรกิจระหว่างประเทศ	3
6.	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3
7.	กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	3
8.	การค้าระหว่างประเทศเบื้องต้น	3
9.	การบริหารซัพพลายเชนระหว่างประเทศ	3
10.	การตลาดระหว่างประเทศและการปรับตัวของผลิตภัณฑ์	3
11.	การเงินและการลงทุนระหว่างประเทศเบื้องต้น	3
12.	ทักษะการสื่อสารและการนำเสนอข้อมูลในบริบทสากล	3
13.	การทำงานเป็นทีมข้ามวัฒนธรรมในองค์การระหว่างประเทศ	3
14.	แนวโน้มและอนาคตของธุรกิจระหว่างประเทศ	3
15.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308333 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การจัดการธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน
ชื่อภาษาอังกฤษ (Sustainable Family Businesses Management)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำเนื้อหารายวิชา ความหมายและแนวคิดธุรกิจครอบครัว	3
2.	ธรรมนูญธุรกิจครอบครัว	6
3.	รูปแบบการจัดการธุรกิจครอบครัวในทวีปเอเชีย	3
4.	รูปแบบการจัดการธุรกิจครอบครัวในทวีปยุโรป	3
5.	ริเน็น (Rinen)	6
6.	การสื่อสารในธุรกิจครอบครัว	3
7.	การจัดการธุรกิจครอบครัวของประเทศไทย	3
8.	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจครอบครัว	3
9.	การสืบทอดธุรกิจครอบครัวอย่างยั่งยืน	3
10.	ตัวอย่างการสานต่อธุรกิจครอบครัวที่ประสบความสำเร็จ	3
11.	ประสบการณ์การจัดการธุรกิจครอบครัวจากวิทยากรผู้มีประสบการณ์	3
12.	นำเสนองานกลุ่ม	3
13.	นำเสนองานกลุ่ม (ต่อ) สรุป ถอดบทเรียน และอภิปราย	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308341	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	นวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Innovation and Business Models)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนวคิดและความสำคัญของนวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ	3
2.	นวัตกรรมกับการสร้างคุณค่าทางธุรกิจ	3
3.	การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจและความต้องการของลูกค้า	3
4.	แนวคิดพื้นฐานของโมเดลธุรกิจ	3
5.	องค์ประกอบของ โมเดลธุรกิจ	3
6.	การวิเคราะห์คุณค่า และกลุ่มลูกค้า	3
7.	ช่องทางการจัดจำหน่ายและความสัมพันธ์กับลูกค้า	3
8.	ทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลัก และพันธมิตรหลัก	3
9.	โครงสร้างต้นทุนและกระแสรายได้	3
10.	การออกแบบและพัฒนาโมเดลธุรกิจ	3
11.	การทดสอบและปรับปรุงโมเดลธุรกิจ	3
12.	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจ	3
13.	การใช้ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ	3
14.	การนำเสนอโมเดลธุรกิจ จริยธรรม และความยั่งยืนทางธุรกิจ	6
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308342	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Business Data Analytics for Decision Making)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1. บทนำสู่การวิเคราะห์ข้อมูล	3
2. การวิเคราะห์ข้อมูลและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล	6
3. การเตรียมข้อมูลและการจัดการข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์	6
4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ	6
5. การใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงธุรกิจ	6
6. การสื่อสารและการนำเสนอข้อมูล	3
7. จริยธรรมและความรับผิดชอบในการจัดการและใช้ข้อมูล	6
8. โครงงานการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจ	3
รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308352	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การตลาดระหว่างประเทศ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(International Marketing)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำรายวิชา / แนวคิดและความสำคัญของ	3
2.	แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดระหว่างประเทศ	3
3.	แนวคิดพื้นฐานสภาพสิ่งแวดล้อมการตลาดระหว่างประเทศ	3
4.	ความต้องการของผู้บริโภคในตลาดระหว่างประเทศ	3
5.	นวัตกรรมธุรกิจในการตลาดระหว่างประเทศ	3
6.	กฎข้อบังคับมาตรฐานตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของการตลาดระหว่างประเทศ	3
7.	การวิจัยตลาดและสารสนเทศข้อมูลการตลาด	3
8.	ตราสินค้าและกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ในตลาดโลกกับนวัตกรรมธุรกิจ	3
9.	กลุ่มเป้าหมาย ตลาดเป้าหมาย และ การวางตำแหน่งทางการตลาด	3
10.	การกำหนดราคาสินค้าตลาดต่างประเทศและกำหนดกลยุทธ์ราคา	3
11.	ช่องทางการตลาด นำเข้า ส่งออก และการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ	3
12.	การสื่อการตลาดด้วยสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษย์	3
13.	สิทธิบัตรการดำเนินธุรกิจ การลงทุน การสร้างพันธมิตรการค้า	3
14.	การปรับใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์กับการวางแผนการตลาด	3
15.	การนำเสนอแผนการตลาด	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308356	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Marketing Data Analytic)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำสู่การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	3
2.	การเก็บและเตรียมข้อมูล	6
3.	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความหมาย	6
4.	การแบ่งส่วนและการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วยข้อมูล	3
5.	การวิเคราะห์ความรู้สึก และสัญญาณจากโซเชียล	6
6.	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยข้อมูล	3
7.	การจำลองสถานการณ์ตลาดด้วยข้อมูล	6
8.	การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดและการปรับกลยุทธ์ด้วยข้อมูล	6
9.	การนำเสนอข้อมูลทางการตลาด	3
10	การวางแผนการตลาดด้วยข้อมูล	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308359	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Artificial Intelligence in Marketing)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำสู่ปัญญาประดิษฐ์ทางการตลาด	3
2.	ข้อมูลผู้บริโภคและการเตรียมข้อมูลโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์	6
3.	การแบ่งส่วนตลาด และเลือกตลาดเป้าหมายด้วยปัญญาประดิษฐ์	6
4.	วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยปัญญาประดิษฐ์	6
5.	การวิเคราะห์เส้นทางลูกค้าและการเพิ่มประสิทธิภาพประสบการณ์ด้วยปัญญาประดิษฐ์	3
6.	ปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างเนื้อหาทางการตลาดเบื้องต้น	6
7.	การวางแผนการตลาดด้วยปัญญาประดิษฐ์	6
8.	การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าด้วยปัญญาประดิษฐ์	3
9.	การพยากรณ์เชิงกลยุทธ์และการจำลองสถานการณ์ตลาดด้วยปัญญาประดิษฐ์	3
10.	การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดและปรับกลยุทธ์ด้วยปัญญาประดิษฐ์	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308361 3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย: การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ: Product Strategic Planning

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. บทนำสู่การวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ในยุคดิจิทัล	3
2. แนวคิด หลักการ และกระบวนการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3
3. สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3
4. การจัดประเภทผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์	3
5. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ในแต่ละช่วง	3
6. การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์	3
7. กลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์	3
8. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3
9. การกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์	3
10. การสร้างตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า	3
11. บรรจุภัณฑ์และการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์	3
12. การใช้ข้อมูลผู้บริโภค เทคโนโลยีดิจิทัล ระบบสารสนเทศ และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสนับสนุนการจัดการผลิตภัณฑ์	3
13. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมการตลาด และการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน	3
14. จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน	3
15. การนำเสนอแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือโครงงานนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	3
รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308362 3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย: กลยุทธ์ด้านราคา
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ: (Price Strategy)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. บทนำสู่กลยุทธ์ด้านราคาและบทบาทของราคาในการตลาด	3
2. แนวคิด ทฤษฎี และนโยบายด้านราคา	3
3. หลักเศรษฐศาสตร์สำหรับการกำหนดราคา	3
4. การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อการกำหนดราคา	3
5. พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางจิตวิทยาด้านราคา	3
6. การรับรู้คุณค่าและการกำหนดราคาตามคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ	3
7. การวิเคราะห์ตลาด อุปสงค์ และข้อมูลลูกค้าเพื่อการตัดสินใจด้านราคา	3
8. การวิเคราะห์คู่แข่งขันและตำแหน่งทางการตลาดด้านราคา	3
9. กลยุทธ์การกำหนดราคาตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	3
10. กลยุทธ์ราคากับส่วนประสมทางการตลาด	3
11. กลยุทธ์ราคาสำหรับสินค้าหรูหราและสินค้าที่มีภาพลักษณ์สูง	3
12. การกำหนดราคาในตลาดดิจิทัล แพลตฟอร์ม และ Marketing 5.0	3
13. การใช้ข้อมูล เทคโนโลยีดิจิทัล และ AI ในการตัดสินใจด้านราคา	3
14. กฎหมาย จริยธรรม ความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค และการกำหนดราคาที่ยั่งยืน	3
15. การนำเสนอแผนกลยุทธ์ด้านราคาเชิงนวัตกรรม	3
รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308363 3(2-2-5)
ชื่อภาษาไทย การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์
ชื่อภาษาอังกฤษ (Strategic Marketing Planning)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

		จำนวนชั่วโมงบรรยาย	จำนวนชั่วโมงปฏิบัติ
1.	ความหมายและความสำคัญของการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	2	2
2.	แนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมธุรกิจกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด	2	2
3.	วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเครื่องมือปัญญาประดิษฐ์	2	2
4.	การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมายและวางตำแหน่งทางการตลาด	2	2
5.	กำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	2	2
6.	กำหนดกลยุทธ์ด้านราคา	2	2
7.	กำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย	2	2
8.	กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและส่งเสริมการตลาด	2	2
9.	การเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์วางแผนตลาด	2	2
10.	กิจกรรม วิเคราะห์กรณีศึกษาเลือกธุรกิจและผลิตภัณฑ์	2	2
11.	กิจกรรม กำหนดเป้าหมายการวางแผนการตลาด	2	2
12.	กิจกรรม ออกแบบแผนการตลาด	2	2
13.	กิจกรรม นำเสนอแผนการตลาดด้วยการแข่งขัน	2	2
14.	ทำแผนการตลาดและประเมินผลกิจกรรม	2	2
15.	ประเมินผลแผนการตลาดในสถานการณ์ตลาดจริง	2	2
	รวม	30	30

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308364 3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย: การจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ: (Luxury Products Management)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. บทนำสู่การจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
2. แนวคิดและวิวัฒนาการของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
3. สภาพแวดล้อมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
4. พฤติกรรมผู้บริโภคระดับพรีเมียมและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
5. การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
6. ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
7. การจัดการผลิตภัณฑ์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
8. กลยุทธ์ราคาและคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
9. ช่องทางการจัดจำหน่ายและประสบการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
10. การสื่อสารการตลาดและการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
11. การสร้างคุณค่าให้ตราสินค้า เอกลักษณ์ และภาพลักษณ์แบรนด์หรู	3
12. การสร้างประสบการณ์แบรนด์และความสัมพันธ์กับลูกค้า	3
13. การใช้ข้อมูลลูกค้า เทคโนโลยีดิจิทัล ระบบสารสนเทศ และปัญญาประดิษฐ์ในตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
14. นวัตกรรมการตลาด จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
15. การนำเสนอแผนการจัดการผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308365	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	กลยุทธ์ตราสินค้าในยุคดิจิทัล	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Branding Strategy in Digital Era)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความสำคัญของแบรนด์ในยุคดิจิทัลและภาพรวมของกลยุทธ์แบรนด์	3
2.	การรับรู้ของผู้บริโภคและคุณค่าของแบรนด์	3
3.	การกำหนดตำแหน่งตราสินค้า	3
4.	การพัฒนาเอกลักษณ์แบรนด์	3
5.	กลยุทธ์การสร้างความภักดีในยุคดิจิทัล	3
6.	การจัดการชื่อเสียงและความไว้วางใจต่อแบรนด์ออนไลน์	3
7.	การใช้ Social Listening และ Big Data เพื่อวิเคราะห์แบรนด์	3
8.	วิเคราะห์แบรนด์จากกรณีศึกษา	3
9.	การตลาดแบบมีส่วนร่วมของผู้บริโภค	3
10.	กลยุทธ์การวางแผน Influencer และ Brand Ambassador	3
11.	การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการบริหารแบรนด์	3
12.	การวางกลยุทธ์แบรนด์แบบยั่งยืน และจริยธรรม	3
13.	การวัดผลและประเมินมูลค่าแบรนด์	3
14.	นำเสนอแผนกลยุทธ์ตราสินค้า	3
15.	สรุปบทเรียนถอดบทเรียนการเรียนรู้	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308371	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Modern Marketing Channel Management)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความหมายและความสำคัญของช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3
2.	หน้าที่และการไหลเวียนในช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3
3.	โครงสร้างเครือข่ายในช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3
4.	ประเภทของช่องทางและร้านค้า	3
5.	กลยุทธ์การคัดเลือกและบริหารคนกลาง	3
6.	การวางนโยบายเกี่ยวกับราคาในช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3
7.	การจัดการความขัดแย้งในช่องทาง	3
8.	การบูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งและข้อมูลขนาดใหญ่	3
9.	กลยุทธ์การผลักและดึงในระบบช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3
10.	การบริหารโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3
11.	การจัดการช่องทางแบบบูรณาการ	3
12.	การประเมินผลและวัดประสิทธิภาพช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3
13.	การจัดการจริยธรรมในช่องทางการตลาดสมัยใหม่	3
14.	กรณีศึกษาการจัดการช่องทางในอุตสาหกรรมต่าง ๆ	3
15.	การนำเสนอแผนกลยุทธ์ช่องทางการตลาดสมัยใหม่โดยนิสิต	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308372	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การจัดซื้อจัดหา	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Procurement)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทบาทและความสำคัญของการจัดซื้อจัดหาในธุรกิจสมัยใหม่	3
2.	ความรับผิดชอบของฝ่ายจัดซื้อจัดหา โครงสร้างและรูปแบบการจัดซื้อแบบรวมศูนย์และกระจายอำนาจ	3
3.	กระบวนการจัดซื้อจัดหา	3
4.	กลยุทธ์การจัดซื้อจัดหา	3
5.	การกำหนดข้อกำหนดของสินค้าและปริมาณการจัดซื้อ	3
6.	การเลือกแหล่งขาย กระบวนการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายและการประเมินผลงาน	3
7.	การจัดทำสัญญา ประเด็นด้านกฎหมาย และการประเมินความเสี่ยงในกระบวนการจัดซื้อจัดหา	3
8.	การวิเคราะห์ข้อมูลการสั่งซื้อ: ต้นทุน ราคา กำไร และการลงทุน	3
9.	แนวทางการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจจัดซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ	3
10.	เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และระบบสารสนเทศเพื่อการจัดซื้อจัดหา	3
11.	การประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดซื้ออย่างยั่งยืน	3
12.	การจัดซื้อจัดหาจากต่างประเทศ	3
13.	การวิเคราะห์กรณีศึกษาในภาคธุรกิจ	3
14.	ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (ตอนที่ 1)	3
15.	ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (ตอนที่ 2)	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308373 3(3-0-6)

ชื่อภาษาไทย การจัดการการขาย

ชื่อภาษาอังกฤษ (Sales Management)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline) **จำนวนชั่วโมงบรรยาย**

1.	บทบาทของการขายในระบบการตลาดสมัยใหม่	3
2.	โครงสร้างทีมขายและการบริหารทรัพยากรบุคคลในงานขาย	3
3.	กระบวนการขายและพฤติกรรมของผู้ซื้อ	3
4.	การวางแผนและกำหนดเป้าหมายการขาย	3
5.	กลยุทธ์การจัดการเขตขายและการเยี่ยมลูกค้า	3
6.	เทคนิคการเจรจาต่อรองและการปิดการขาย	3
7.	การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	3
8.	การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย	3
9.	การวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายและพฤติกรรมลูกค้า	3
10.	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในงานขาย	3
11.	กฎหมายและจริยธรรมในการขาย	3
12.	การบริหารความขัดแย้งในงานขาย	3
13.	การขายในช่องทางแบบบูรณาการ	3
14.	กรณีศึกษาความสำเร็จและล้มเหลวในการจัดการการขาย	3
15.	การนำเสนอโครงงานวิเคราะห์การขาย	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308374 3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย: การค้าปลีกสมัยใหม่
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ: Modern Retailing

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. บทนำสู่การค้าปลีกสมัยใหม่	3
2. วิวัฒนาการและรูปแบบธุรกิจค้าปลีก	3
3. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจค้าปลีกและพฤติกรรมผู้บริโภค	3
4. การเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับธุรกิจค้าปลีก	3
5. การจัดการสินค้าในธุรกิจค้าปลีก	3
6. การบริหารสินค้าคงคลัง	3
7. การตั้งราคาในธุรกิจค้าปลีก	3
8. การส่งเสริมการขายในธุรกิจค้าปลีก	3
9. การบริการลูกค้าในธุรกิจค้าปลีก	3
10. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	3
11. การใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการค้าปลีก	3
12. ปัญญาประดิษฐ์และนวัตกรรมการตลาดในธุรกิจค้าปลีก	3
13. การแข่งขันและกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่	3
14. จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และการค้าปลีกอย่างยั่งยืน	3
15. การนำเสนอโครงงานนวัตกรรมค้าปลีก	3
รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308375	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	ศิลปะการขายสมัยใหม่	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Modern Salesmanship)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	หลักการ แนวคิด และกระบวนการขายสมัยใหม่ในธุรกิจนวัตกรรม	3
2.	การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมลูกค้า และแรงจูงใจในการซื้อ	3
3.	การสร้างคุณค่าเชิงตลาดและการนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้า	3
4.	การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายและการวิเคราะห์โอกาสการขาย	3
5.	การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ตลาด และคู่แข่งขัน	3
6.	การใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการวางแนวทางการขาย	3
7.	การขายเชิงที่ปรึกษาและการทำความเข้าใจปัญหาของลูกค้า	3
8.	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	3
9.	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์สนับสนุนงานขาย	3
10.	การสื่อสารทางการขายและการนำเสนอคุณค่า	3
11.	การเจรจาต่อรองทางการขาย	3
12.	การจัดการข้อโต้แย้งและการปิดการขาย	3
13.	การบริการหลังการขายและการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า	3
14.	การวัดผลการขาย จริยธรรม ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและความรับผิดชอบในงานขาย	3
15.	การประยุกต์ใช้กระบวนการขายสมัยใหม่จากกรณีศึกษาและการสะท้อนผลการเรียนรู้	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308381 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสมัยใหม่
ชื่อภาษาอังกฤษ (Modern Integrated Marketing Communication)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความหมาย บทบาท และความสำคัญของการขายในยุคการตลาดสมัยใหม่	3
2.	การสร้างแบรนด์และคุณค่าของแบรนด์ในยุคดิจิทัล	3
3.	พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่และการตอบสนอง	6
4.	เลือกเป้าหมายในตลาดยุคใหม่	3
5.	การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในยุคดิจิทัล	6
6.	กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการในยุคการเปลี่ยนแปลง	3
7.	เครื่องมือดิจิทัลในการสื่อสารการตลาด	6
8.	ลักษณะสื่อและการวางแผนสื่อแบบผสมผสานในยุคปัจจุบัน	3
9.	การโฆษณาสมัยใหม่	3
10.	การส่งเสริมการขายผู้บริโภคและการส่งเสริมการขายในช่องทางการค้า	3
11.	การตลาดทางตรง ประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม	3
12.	การประเมินผลและปรับปรุงแคมเปญ	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308383 3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย: จริยธรรมทางการตลาด
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ: Marketing Ethics

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1.	บทนำสู่จริยธรรมทางการตลาด	3
2.	แนวคิดและหลักการของจริยธรรมทางการตลาด	3
3.	จริยธรรมทางการตลาดของสถาบันทางธุรกิจ	3
4.	ปัจจัยที่กำหนดจริยธรรมทางการตลาด	3
5.	จริยธรรมต่อผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย	3
6.	จริยธรรมกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	3
7.	จริยธรรมกับการวิจัยการตลาด	3
8.	การใช้ข้อมูลผู้บริโภคและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	3
9.	จริยธรรมในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3
10.	จริยธรรมในสื่อสังคมออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์	3
11.	จริยธรรมกับปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ทางการตลาด	3
12.	ปัญหาและข้อโต้แย้งในการนำจริยธรรมทางการตลาดไปปฏิบัติ	3
13.	ความรับผิดชอบต่อสังคมและการตลาดอย่างยั่งยืน	3
14.	การวางแผนโครงงานนวัตกรรมการตลาดอย่างมีจริยธรรม	3
15.	การนำเสนอกรณีศึกษาหรือโครงงานด้านจริยธรรมทางการตลาด	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308384	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การตลาดยั่งยืน	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Sustainable Marketing)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความสำคัญของการตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3
2.	แนวคิดพื้นฐานเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	3
3.	วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มผู้บริโภค ด้วยเครื่องมือปัญญาประดิษฐ์	3
4.	การกำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์การตลาดยั่งยืน	3
5.	การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3
6.	กลยุทธ์การตั้งราคาและคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนความยั่งยืน	3
7.	การเลือกช่องทางการจำหน่ายที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและเข้าถึงผู้บริโภค	3
8.	การสื่อสารการตลาดตามแนวคิดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3
9.	การสร้างและการบริหารตราสินค้า	3
10.	การวัดผลและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์	3
11.	การวิเคราะห์กรีศึกษาธุรกิจ	3
12.	การออกแบบกลยุทธ์การตลาดเชิงรับผิดชอบในสถานการณ์จริง	3
13.	การนำเสนอแผนตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	6
14.	ประเมินผลแผนการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308385	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Customer Relationship Management)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนวคิดและความสำคัญของ CRM และวิวัฒนาการ	3
2.	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ บทบาทความได้เปรียบในตลาด	3
3.	พฤติกรรมผู้บริโภคกับความคาดหวังของลูกค้า Customer Journey	3
4.	กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์หาลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเดิม เพิ่มมูลค่าลูกค้า	3
5.	การจัดการข้อมูลลูกค้า เก็บ วิเคราะห์ สร้างฐานข้อมูล	3
6.	การจัดการข้อมูลลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์	3
7.	การวางแผนกลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์และสร้างโปรแกรมความสัมพันธ์	3
8.	การจัดการประสบการณ์ลูกค้า Customer Experience Management	3
9.	การสื่อสารการตลาดแบบเฉพาะบุคคล ออกแบบและสร้างการรับรู้เข้าถึง	3
11.	การออกแบบโปรแกรมบริหารลูกค้าสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ	3
12.	การวัดและการประเมินผลสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3
13.	จริยธรรม ความเป็นส่วนตัว และกฎหมายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3
14.	การนำเสนอแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3
15.	การประเมินแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308386 3(2-2-5)

ชื่อภาษาไทย กลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการโปรโมตและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่

ชื่อภาษาอังกฤษ (Creative Strategies for Promotion and Modern Event Marketing)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		จำนวนชั่วโมงบรรยาย	จำนวนชั่วโมงปฏิบัติ
1.	แนวคิดและบทบาทของกลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่	2	2
2.	กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรม	2	2
3.	การวิเคราะห์ผู้บริโภค ตลาด ตราสินค้า และการแข่งขัน	2	2
4.	การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และแนวทางการสื่อสาร	2	2
5.	การพัฒนาแนวคิดสร้างสรรค์และข้อความหลักทางการตลาด	2	2
6.	เครื่องมือส่งเสริมการตลาดและการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	2	2
7.	สื่อ ช่องทางดิจิทัล และจุดสัมผัสลูกค้าในการส่งเสริมการตลาด	2	2
8.	แนวคิดการตลาดกิจกรรมและการออกแบบประสบการณ์ลูกค้า	2	2
9.	การออกแบบกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า	2	2
10.	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ในงานส่งเสริมการตลาด	2	2
11.	การวางแผนทรัพยากร งบประมาณ เวลา และการดำเนินงานกิจกรรม	2	2
12.	การสื่อสาร การประสานงาน และการนำเสนอแผนกิจกรรมทางการตลาด	2	2
13.	การวัดผลและประเมินผลการส่งเสริมการตลาดและการตลาดกิจกรรม	2	2
14.	จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการส่งเสริมการตลาด	2	2
15.	การนำเสนอแผนกลยุทธ์สร้างสรรค์เพื่อการโปรโมตและการตลาดกิจกรรมสมัยใหม่	2	2
	รวม	30	30

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308387	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การโฆษณา	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Advertising)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความสำคัญและวิวัฒนาการของการโฆษณา	3
2.	บทบาทของการโฆษณาในกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่	3
3.	ความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายและการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค	3
4.	การวางกลยุทธ์การสื่อสารโฆษณา	3
5.	การวางแผนสื่อโฆษณา	3
6.	การใช้สื่อดิจิทัลในการโฆษณา	3
7.	การสร้างข้อความโฆษณาให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย	3
8.	การเล่าเรื่องและเนื้อหาทางอารมณ์ในงานโฆษณา	3
9.	การใช้ปัญญาประดิษฐ์และเครื่องมือดิจิทัลในงานโฆษณา	3
10.	การจัดทำงบประมาณและวัดผลโฆษณา	3
11.	จริยธรรมและกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา	3
12.	ความยั่งยืนในการสื่อสารโฆษณา	3
13.	แนวโน้มการโฆษณาในอนาคต	3
14.	นำเสนอแผนโฆษณาแบบกลุ่ม	3
15.	วิพากษ์ ผลสะท้อน และสรุปการเรียนรู้	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308390	1(1-0-2)
ชื่อภาษาไทย	เตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Cooperative Education Preparation)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	วัตถุประสงค์ ความสำคัญและประโยชน์ของสหกิจศึกษา	1
2.	เทคนิคการเลือกสถานประกอบการ	1
3.	บุคลิกภาพมารยาทสังคมลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการ	1
4.	การทำประวัติและเอกสารประกอบ	1
5.	แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการและจริยธรรมกับการทำงาน	2
6.	การตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	2
7.	การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล อธิบายและสรุปผล	3
8.	การเขียนรายงานเชิงวิชาการ	2
9.	การทำเอกสารประกอบและการนำเสนอ	2
	รวม	15

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308391 3(3-0-6)

ชื่อภาษาไทย ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ

ชื่อภาษาอังกฤษ (Basic Research Methods in Business)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำรายวิชา แนวคิดและความสำคัญของการวิจัยทางธุรกิจในยุคดิจิทัล	3
2.	ประเภทและกระบวนการวิจัยทางธุรกิจ จริยธรรมการวิจัย	3
3.	การกำหนดปัญหาวิจัย คำถามวิจัย วัตถุประสงค์ และสมมติฐาน	3
4.	การทบทวนวรรณกรรม การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย	3
5.	การออกแบบงานวิจัยเชิงปริมาณในบริบทธุรกิจ	3
6.	การออกแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยแบบผสมผสาน	3
7.	ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง	3
8.	การสร้างเครื่องมือวิจัย: แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	3
9.	การเก็บรวบรวมข้อมูลและการเตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์	3
10.	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติขั้นพื้นฐานด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป	3
11.	การแปลผล อภิปรายผล และการเขียนรายงานการวิจัยทางธุรกิจ	3
12.	รูปแบบการเขียนรายงานวิจัยและบทความวิชาการ การอ้างอิงตามหลัก APA	3
13.	นำเสนองานกลุ่ม ครั้งที่ 1: โครงร่างงานวิจัย	3
14.	นำเสนองานกลุ่ม ครั้งที่ 2: ผลการออกแบบงานวิจัยและเครื่องมือ	3
15.	สรุป ทบทวน และอภิปรายภาพรวมรายวิชา	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308411 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย กลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต
ชื่อภาษาอังกฤษ (Organization Strategy of Future)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำ: แนวคิดพื้นฐานของกลยุทธ์องค์กรแห่งอนาคต	3
2.	การคาดการณ์ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์และการวางแผนสถานการณ์	3
3.	กลยุทธ์มีวัตถุประสงค์และจริยธรรมธุรกิจ	3
4.	นวัตกรรมโมเดลธุรกิจดิจิทัล	3
5.	เศรษฐศาสตร์แพลตฟอร์มและกลยุทธ์ของระบบนิเวศ	3
6.	ข้อมูลเป็นสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์	3
7.	การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และระบบสนับสนุนการตัดสินใจ	3
8.	ความยืดหยุ่นขององค์กรและโครงสร้างที่ปรับตัวได้	3
9.	กลยุทธ์ความเก่งแกล้ง: การบรรลุความสำเร็จผ่านวิกฤต	3
10.	การปรับตัวของกลยุทธ์ในทางปฏิบัติ	3
11.	ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์สำหรับอนาคต	3
12.	การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงและการปรับปรุงองค์กร	3
13.	การสื่อสารกลยุทธ์และการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3
14.	แผนการทำงานสำหรับอนาคต	3
15.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308421	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การจัดการคุณภาพเพื่อความเป็นเลิศในการดำเนินงาน	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Quality Management for Operational Excellence)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำการจัดการคุณภาพสมัยใหม่	3
2.	แนวคิดพื้นฐานด้านคุณภาพและความเป็นเลิศในการดำเนินงาน	3
3.	มาตรฐานคุณภาพและระบบคุณภาพ	6
4.	เครื่องมือจัดการคุณภาพพื้นฐาน	6
5.	เครื่องมือจัดการคุณภาพ	3
6.	เทคนิคการแก้ปัญหา	6
7.	การวิเคราะห์กระบวนการและการทำแผนภาพกระบวนการ	6
8.	การสร้างวัฒนธรรมคุณภาพ	3
9.	การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลและคุณภาพ	6
10.	โครงงานการปรับปรุงคุณภาพและการนำเสนอ	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308422	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	ภาวะผู้นำและการพัฒนาทีมงาน	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Leadership and Team Development)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนะนำเนื้อหารายวิชา บริบทของภาวะผู้นำในยุคสมัยใหม่	3
2.	ความหมาย คุณลักษณะผู้นำ	3
3.	กลุ่มงานและทีมงาน	6
4.	การสร้างแรงจูงใจและรางวัล	6
5.	สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	3
6.	การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	6
7.	กรณีศึกษา	3
8.	ความสำคัญ กับทักษะการพัฒนาทีมงาน	3
9.	การฝึกอบรมและโค๊ช	6
10.	กรณีศึกษา	3
11.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308423	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การจัดการวิกฤตและการเปลี่ยนแปลง	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Crisis and Change Management)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำ: การจัดการวิกฤตและสภาพแวดล้อมพลวัต	3
2.	การประเมินความเสี่ยงและประเภทวิกฤต: ระบุจุดอ่อนขององค์การ	3
3.	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อระบบเตือนภัยล่วงหน้า	3
4.	การพัฒนาแผนจัดการวิกฤตและกลยุทธ์การตอบสนอง	3
5.	แนวคิดและโมเดลการจัดการการเปลี่ยนแปลงขององค์การ	3
6.	การบูรณาการการตอบสนองวิกฤตกับการจัดการการเปลี่ยนแปลง	3
7.	ความเก่งแกล้งขององค์การ: การสร้างความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย	3
8.	การวางแผนการฟื้นตัวเชิงกลยุทธ์: จากวิกฤตสู่โอกาส	3
9.	ภาวะผู้นำในวิกฤต: การตัดสินใจภายใต้ความกดดัน	3
10.	กลยุทธ์การสื่อสารวิกฤต: การจัดการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	3
11.	จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในสถานการณ์วิกฤต	3
12.	ด้านจิตวิทยาของการเปลี่ยนแปลง: การจัดการความต้านทานและอารมณ์	3
13.	การเรียนรู้จากวิกฤต: การทบทวนหลังการปฏิบัติและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	3
14.	การจำลองวิกฤต นวัตกรรม และการจัดการการเปลี่ยนแปลง	3
15.	นำเสนองานกลุ่ม	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308431	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การจัดการห่วงโซ่คุณค่า	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Supply Chain Management)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1. บทนำ: แนวคิดการจัดการห่วงโซ่คุณค่าและผลตอบแทนเชิงสามประมาณ (Triple Bottom Line)	3
2. ความเสี่ยงด้านความยั่งยืนและปัญหาทางจริยธรรมในห่วงโซ่อุปทานโลก	3
3. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การและมาตรฐาน ESG ในห่วงโซ่คุณค่า	3
4. การประเมินวงจรชีวิตและหลักการเศรษฐกิจแบบวงกลม	3
5. การบูรณาการห่วงโซ่คุณค่าเข้ากับกลยุทธ์องค์การ	3
6. การบริหารจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนและการเพิ่มประสิทธิภาพ	3
7. การบริหารจัดการคลังสินค้าและการปฏิบัติการแบบ Lean	3
8. กลยุทธ์การจัดซื้อและการจัดซื้ออย่างยั่งยืน	3
9. การออกแบบเครือข่ายการขนส่งและโลจิสติกส์	3
10. การเปลี่ยนแปลงดิจิทัลในห่วงโซ่คุณค่า	3
11. การสร้างแบบจำลองการเคลื่อนที่: กลยุทธ์การกระจายและการส่งมอบขั้นสุดท้าย	3
12. การสร้างความยืดหยุ่นห่วงโซ่อุปทานและการบรรเทาความเสี่ยง	3
13. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าและการติดตามตัวชี้วัด	3
14. การออกแบบห่วงโซ่คุณค่าเชิงกลยุทธ์	3
15. นำเสนองานกลุ่ม	3
รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308454 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การจัดการนวัตกรรมการตลาด
ชื่อภาษาอังกฤษ (Innovation Marketing Management)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความสำคัญการจัดการนวัตกรรมการตลาด	3
2.	แนวคิดพื้นฐานกระบวนการจัดการนวัตกรรมการตลาด	3
3.	กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบการแข่งขัน	3
4.	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค	3
5.	การใช้เครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์วิเคราะห์ข้อมูลการตลาด	3
6.	นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และการสร้างตราสินค้า	3
7.	นวัตกรรมด้านราคา	3
8.	นวัตกรรมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3
9.	นวัตกรรมด้านการส่งเสริมการตลาด	3
10.	กลยุทธ์การใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาด	3
11.	การออกแบบโปรแกรมลูกค้าสัมพันธ์	3
12.	ออกแบบแนวคิดใหม่เพื่อแก้ปัญหาและสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค	3
11.	การนำแนวคิดใหม่การตลาดมาทดลองใช้เพื่อประเมินผลและปรับปรุง	3
12.	การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยการตลาด	3
13.	การขยายผลนวัตกรรมออกสู่ตลาดจริง	3
14.	การวางแผนการจัดการนวัตกรรมการตลาด	3
15.	การประเมินผลการจัดการนวัตกรรมการตลาด	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308455 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย การพยากรณ์ยอดขายและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์
ชื่อภาษาอังกฤษ (Sales Forecasting and Strategic Analysis)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการพยากรณ์	3
2. บทบาทของการพยากรณ์การขายต่อการวางแผนธุรกิจ	3
3. หลักเกณฑ์ในการพยากรณ์และข้อจำกัดของการคาดการณ์อนาคต	3
4. แนวทางการหาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพยากรณ์การขาย	3
5. การเลือกแนวทางและการเตรียมข้อมูลสำหรับการพยากรณ์	3
6. วิธีการพยากรณ์การขายเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ	6
7. การพยากรณ์ด้วยวิธีอนุกรมเวลาและเอ็กซ์โพเนนเชียลสมูทธิง	9
8. การตรวจสอบความแม่นยำของการพยากรณ์การขายและการเลือกแบบจำลอง	6
9. การใช้ผลพยากรณ์เพื่อกำหนดเป้าหมายการขายและแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์	3
10. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการพยากรณ์ยอดขาย	3
11. การสื่อสารผลการวิเคราะห์ จริยธรรมการใช้ข้อมูล และกรณีศึกษาการพยากรณ์เชิงกลยุทธ์	3
รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา	04308466	3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย	การตลาดธุรกิจบริการ	
ชื่อภาษาอังกฤษ	(Service Business Marketing)	

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	บทนำ ความหมายและลักษณะเฉพาะของบริการ	3
2.	ความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ	3
3.	พฤติกรรมผู้บริโภคในภาคบริการ	3
4.	ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	3
5.	การออกแบบประสบการณ์ลูกค้า	3
6.	การจัดการคุณภาพบริการ	3
7.	การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	3
8.	การจัดการข้อร้องเรียนและการบริการหลังการขาย	3
9.	การสร้างความพึงพอใจและความภักดีในธุรกิจบริการ	3
10.	การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลในธุรกิจบริการ	3
11.	การตลาดบริการผ่านช่องทางดิจิทัลและช่องทางแบบบูรณาการ	3
12.	การตลาดบริการในธุรกิจโรงแรม การท่องเที่ยว และสุขภาพ	3
13.	การตลาดบริการในธุรกิจการเงิน การศึกษา และโลจิสติกส์	3
14.	การวิเคราะห์กรณีศึกษาธุรกิจบริการไทยและต่างประเทศ	3
15.	การนำเสนอแผนการตลาดบริการโดยนิสิต	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308476 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย หลักการจัดการโลจิสติกส์สมัยใหม่
ชื่อภาษาอังกฤษ (Principles of Modern Logistics Management)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	ความหมายและความสำคัญของโลจิสติกส์ทางการตลาด	3
2.	บทบาทของโลจิสติกส์ในห่วงโซ่อุปทาน	3
3.	กระบวนการวางแผนอุปสงค์	3
4.	การวางแผนอุปทานและการผลิต	3
5.	การบริหารสินค้าคงคลัง	3
6.	การวางแผนและควบคุมการขนส่ง	3
7.	การวางตารางเวลาและการออกแบบเส้นทาง	3
8.	การจัดการต้นทุนและประสิทธิภาพโลจิสติกส์	3
9.	การจัดการความเสี่ยงในโลจิสติกส์	3
10.	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และข้อมูลขนาดใหญ่ในโลจิสติกส์	3
11.	ระบบสารสนเทศโลจิสติกส์และระบบติดตามการขนส่ง	3
12.	การจัดการโลจิสติกส์อย่างยั่งยืน	3
13.	กรณีศึกษาโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3
14.	การวิเคราะห์ประสิทธิภาพและการประเมินระบบโลจิสติกส์	3
15.	การนำเสนอโครงงานด้านโลจิสติกส์โดยนิสิต	3
	รวม	45

เค้าโครงรายวิชา

รหัสวิชา 04308491 3(3-0-6)
ชื่อภาษาไทย ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาดสมัยใหม่
ชื่อภาษาอังกฤษ (Basic Methods of Modern Marketing Research)

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)		**จำนวนชั่วโมงบรรยาย**
1.	แนวคิด บทบาท และความสำคัญของการวิจัยทางการตลาดสมัยใหม่	3
2.	การกำหนดปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ และคำถามการวิจัยทางการตลาด	3
3.	การทบทวนข้อมูล เอกสาร และแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือทางการตลาด	3
4.	การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยและตัวแปรในการวิจัยทางการตลาด	3
5.	รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพและการประยุกต์ใช้ในงานการตลาด	3
6.	รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณและการประยุกต์ใช้ในงานการตลาด	3
7.	ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง	3
8.	การสร้างเครื่องมือวิจัยทางการตลาด	3
9.	การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยและการทดลองใช้เครื่องมือ	3
10.	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามและข้อมูลออนไลน์	3
11.	การเตรียมข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการจัดการข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์	3
12.	การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและการแปลผลข้อมูลทางการตลาด	3
13.	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์สนับสนุนงานวิจัยทางการตลาด	3
14.	การเขียนรายงานผลการวิจัยและการนำเสนอผลการวิจัยทางการตลาด	3
15.	จริยธรรมการวิจัยทางการตลาดและกรณีศึกษาการวิจัยสมัยใหม่	3
	รวม	45