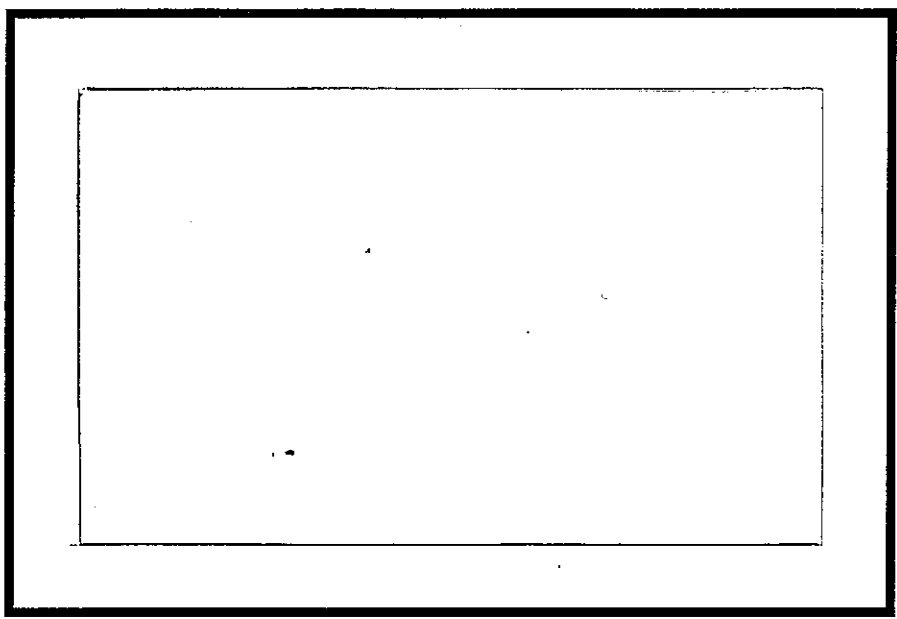


สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 31 ต.ค. 2564
โดยระบบ CHECO



มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

KASETSART UNIVERSITY
BANGKOK, THAILAND

รหัสหลักสูตร สกอ. (14 หลัก)

25320021100277 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 31 ต.ค. 2564
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๐)

หน่วยงาน	คณะ	รหัสอ้างอิงเพื่อการติดตามหลักสูตร	รหัสหลักสูตร	ชื่อหลักสูตร	ระดับการศึกษา	วันที่รับทราบ	ประเภทการดำเนินการ
มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์	คณะ บริหารธุรกิจ	25320021100277_2140_IP	25320021100277	หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขา วิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง (พ.ศ.2560)	ปริญญาตรี	31/10/2564	ปรับปรุงแบบแยก

ร.ร. มก. อาวุธวิถีในการประชุมครั้งที่ / ๒๐๐๖

เมื่อวันที่ 31 / กรกฎาคม / ๒๕๖๐

อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม ๒๕๖๐
แบบในการเสนอขอปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร

เพื่อเสนอมหาวิทยาลัย

การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๐

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย วิจัย และนวัตกรรม

ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว

เมื่อวันที่ 31 ต.ค. 2564

โดยระบบ CHECO

- หลักสูตรฉบับดังกล่าวนี้ ได้รับทราบ/รับรองการเปิดสอนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2559 และได้รับอนุมัติเปิดสอนจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 และวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2556
- สภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้อนุมัติการปรับปรุงแก้ไขครั้งนี้แล้ว ในคราวประชุม ครั้งที่ ๒๒๕๐ เมื่อวันที่ ๓๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๐
- หลักสูตรปรับปรุงแก้ไขนี้ เริ่มใช้ตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560 เป็นต้นไป
- เหตุผลในการปรับปรุงแก้ไข
 - เพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถของนิสิตในการประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม
 - เพื่อให้มีรายวิชาที่พัฒนานิสิตในด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ ความรู้ความสามารถทั่วไป บุคลิกภาพและคุณธรรม จริยธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต
 - เพื่อปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม
 - เพื่อเพิ่มพูนความรู้เชิงวิชาการเพื่อเป็นรากฐานในการค้นคว้าและวิจัยในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
- สาระในการปรับปรุงแก้ไข
 - เพิ่มจำนวนหน่วยกิตรวมรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 132 หน่วยกิตเป็นไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต โดย - เพิ่มจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะ จากไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิตเป็นไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต - เพิ่มจำนวนหน่วยกิตเฉพาะบังคับ จาก 31 หน่วยกิตเป็น 34 หน่วยกิต
 - ปรับโครงสร้างหมวดวิชาศึกษาทั่วไปใหม่จาก 5 กลุ่มวิชา เป็น 5 กลุ่มสาระ
 - เปิดรายวิชาใหม่ จำนวน 4 วิชา ดังนี้

01134325	การตลาดการท่องเที่ยว	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134333	การตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	3(3-0-6)
01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3
 - ปรับปรุงรายวิชา จำนวน 2 วิชา ดังนี้

01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3(3-0-6)
 - ยกเลิกรายวิชา จำนวน 7 วิชา ดังนี้

01131317	หลักและนโยบายการลงทุน	3(3-0-6)
01133318	การจัดการโซ่อุปทาน	3(3-0-6)
01133417	การจัดการด้านความปลอดภัยในโรงงานอุตสาหกรรม	3(3-0-6)
01133418	การจัดการคลังสินค้า	3(3-0-6)
01133419	การตัดสินใจทางการจัดการการผลิต	3(3-0-6)
01133425	การจัดการกิจการพาณิชย์นาวี	3(3-0-6)
01355xxx	ภาษาอังกฤษ	9(- -)
 - เพิ่มรายวิชา จำนวน 1 วิชา คือ

01999111	ศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
----------	-------------------	----------

5.7 ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม กับหลักสูตรปรับปรุง

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2555		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560		สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	132 หน่วยกิต	จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า	133 หน่วยกิต	-เพิ่มจำนวนหน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	30 หน่วยกิต	1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า	30 หน่วยกิต	-ยกเลิกโครงสร้างเดิม
1.1 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	6 หน่วยกิต			
ให้เลือกรเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่ม วิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต				
1.2 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3 หน่วยกิต			
ให้เลือกรเรียนจากรายวิชาในหมวดศึกษาทั่วไปกลุ่ม วิชาสังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต				
1.3 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3 หน่วยกิต			
ให้เลือกรเรียนจากรายวิชาในหมวดศึกษาทั่วไปกลุ่ม วิชามนุษยศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต				
1.4 กลุ่มวิชาภาษา	18 หน่วยกิต			-ยกเลิกรายวิชา
01355xxx ภาษาอังกฤษ	9(- -)			
และให้เลือกรรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษา 3 หน่วยกิต จากรายวิชา				
01136111 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น	3(3-0-6)			
หรือ				
01999201 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)			
และให้เลือกรเรียนภาษาต่างประเทศอีก 6 หน่วยกิต				
1.5 กลุ่มวิชาพลศึกษา	2 หน่วยกิต			-ยกเลิกรายวิชา
01175xxx กิจกรรมพลศึกษา	1,1(0-2-1)			-ปรับโครงสร้างใหม่
		1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
		01175xxx กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)	
		และให้เลือกรเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระ อยู่ดีมีสุขอีก ไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต		
		1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
		ให้เลือกรเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์ แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		
		1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร	13 หน่วยกิต	
		ให้เลือกรเรียนหนึ่งวิชา จาก 2 วิชา ดังนี้		
		01361101 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น	3(3-0-6)	
		หรือ		
		01999021 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)	
		วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	9(- -)	
		วิชาสารสนเทศ	1(- -)	
		1.4 กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า	5 หน่วยกิต	
		01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)	-เพิ่มรายวิชา
		และให้เลือกรเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ พลเมืองไทยและพลเมืองโลกอีก ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		
		1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	
		ให้เลือกรเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ สุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2555			หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560			สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	94 หน่วยกิต	2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	97 หน่วยกิต	-เพิ่มจำนวนหน่วยกิต
- วิชาแกน		39 หน่วยกิต	- วิชาแกน		39 หน่วยกิต	
01108111 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I		3(3-0-6)	01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I		3(3-0-6)	เปลี่ยนรหัสวิชาตามต้นสังกัด
01108112 เศรษฐศาสตร์มหภาค I		3(3-0-6)	01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค II		3(3-0-6)	เปลี่ยนรหัสวิชาตามต้นสังกัด
01130171 การบัญชีการเงิน		3(3-0-6)	01130171 การบัญชีการเงิน		3(3-0-6)	
01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ		3(3-0-6)	01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ		3(3-0-6)	
01131211 การเงินธุรกิจ		3(3-0-6)	01131211 การเงินธุรกิจ		3(3-0-6)	
01132111 หลักการจัดการ		3(3-0-6)	01132111 หลักการจัดการ		3(3-0-6)	
01132142 ธุรกิจและสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย		3(3-0-6)	01132142 สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ		3(3-0-6)	เปลี่ยนรหัสวิชาตามต้นสังกัด
01132231 สถิติธุรกิจ		3(3-0-6)	01132231 สถิติธุรกิจ		3(3-0-6)	
01132332 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ		3(3-0-6)	01132332 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ		3(3-0-6)	
01132342 ระบบภาษีอากรธุรกิจ		3(3-0-6)	01132342 ระบบภาษีอากรธุรกิจ		3(3-0-6)	
01132413 การจัดการเชิงกลยุทธ์		3(3-0-6)	01132413 การจัดการเชิงกลยุทธ์		3(3-0-6)	
01133211 การจัดการผลิต		3(3-0-6)	01133211 การจัดการผลิต		3(3-0-6)	
01134111 หลักการตลาด		3(3-0-6)	01134111 หลักการตลาด		3(3-0-6)	
- วิชาเฉพาะบังคับ		31 หน่วยกิต	- วิชาเฉพาะบังคับ		34 หน่วยกิต	-เพิ่มจำนวนหน่วยกิต
01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค		3(3-0-6)	01134212 พฤติกรรมผู้บริโภค		3(3-0-6)	
01134321 การตลาดระหว่างประเทศ		3(3-0-6)	01134321 การตลาดระหว่างประเทศ		3(3-0-6)	
			01134322 การตลาดดิจิทัล		3(3-0-6)	-ย้ายมาจากวิชาเฉพาะเลือก
01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา		3(3-0-6)				-ปรับปรุงรายวิชา
			01134332 การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์		3(3-0-6)	-ย้ายไปวิชาเฉพาะเลือก
01134341 การจัดการช่องทางการตลาด		3(3-0-6)	01134341 การจัดการช่องทางการตลาด		3(3-0-6)	-เปิดรายวิชาใหม่
01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ		3(3-0-6)	01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ		3(3-0-6)	
01134353 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์		3(3-0-6)				-ย้ายไปวิชาเฉพาะเลือก
01134411 การจัดการการตลาด		3(3-0-6)	01134411 การจัดการการตลาด		3(3-0-6)	
01134412 การพยากรณ์การขาย		3(3-0-6)	01134412 การพยากรณ์การขาย		3(3-0-6)	
			01134432 กลยุทธ์ราคา		3(3-0-6)	-ย้ายมาจากวิชาเฉพาะเลือก
01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด		3(3-0-6)	01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด		3(3-0-6)	
01134497 สัมมนา		1	01134497 สัมมนา		1	
01134498 ปัญหาพิเศษ		3	01134498 ปัญหาพิเศษ		3	

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
- วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 18 หน่วยกิต และ/หรือเลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากตัวอย่าง รายวิชาในกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้	- วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต ให้เลือกเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือเลือกจากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่าง รายวิชาในกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้	เปลี่ยนเงื่อนไข
- กลุ่มวิชาการตลาด	- กลุ่มวิชาการตลาด	
01134311 การจัดซื้อ 3(3-0-6)	01134311 การจัดซื้อ 3(3-0-6)	
01134312 การจัดการการขาย 3(3-0-6)	01134312 การจัดการการขาย 3(3-0-6)	
01134314 จรรยาบรรณทางการตลาด 3(3-0-6)	01134314 จรรยาบรรณทางการตลาด 3(3-0-6)	
01134315 การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)	01134315 การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)	
01134322 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)		ย้ายเป็นวิชาเฉพาะ บังคับ
01134323 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5)	01134323 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5)	
01134324 การตลาดกีฬา 3(3-0-6)	01134324 การตลาดกีฬา 3(3-0-6)	
	01134325 การตลาดการท่องเที่ยว 3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
	01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)	ย้ายมาจากวิชา เฉพาะบังคับ
01134342 การค้าปลีก 3(3-0-6)	01134333 การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา 3(3-0-6)	เปิดรายวิชาใหม่
	01134342 การค้าปลีก 3(3-0-6)	
	01134353 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)	ย้ายมาจากวิชา เฉพาะบังคับ
01134354 ศิลปะการขาย 3(3-0-6)	01134354 ศิลปะการขาย 3(3-0-6)	
01134355 การส่งเสริมการขาย 3(3-0-6)	01134355 การส่งเสริมการขายและการตลาด กิจกรรม 3(3-2-5)	ปรับปรุงรายวิชา
01134356 การโฆษณา 3(3-0-6)	01134356 การโฆษณา 3(3-0-6)	
01134413 การตลาดและการตัดสินใจ 3(3-0-6)	01134413 การตลาดและการตัดสินใจ 3(3-0-6)	
01134421 การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า 3(3-0-6)	01134421 การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า 3(3-0-6)	
01134422 การตลาดบริการ 3(3-0-6)	01134422 การตลาดบริการ 3(3-0-6)	
01134423 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ 3(3-0-6)	01134423 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ 3(3-0-6)	
01134431 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ 3(3-0-6)	01134431 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ 3(3-0-6)	
01134432 กลยุทธ์ราคา 3(3-0-6)		ย้ายเป็นวิชาเฉพาะ บังคับ
01134442 หลักการจัดการโลจิสติกส์ 3(3-0-6)	01134442 หลักการจัดการโลจิสติกส์ 3(3-0-6)	
01134490 สหกิจศึกษา 6	01134490 สหกิจศึกษา 6	
	01134492 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3	เปิดรายวิชาใหม่
- กลุ่มวิชาบัญชี	- กลุ่มวิชาบัญชี	
01130112 การบัญชีชั้นกลาง I 3(3-0-6)	01130112 การบัญชีชั้นกลาง I 3(3-0-6)	
01130211 การบัญชีชั้นกลาง II 3(3-0-6)	01130211 การบัญชีชั้นกลาง II 3(3-0-6)	
- กลุ่มวิชาการเงิน	- กลุ่มวิชาการเงิน	
01131312 การวิเคราะห์ทางการเงิน 3(3-0-6)	01131312 การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ ทางการเงิน 3(3-0-6)	ปรับตามต้นสังกัด
01131313 การเงินบุคคล 3(3-0-6)	01131212 การเงินบุคคล 3(3-0-6)	ปรับตามต้นสังกัด
01133315 สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน 3(3-0-6)	01133315 สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน 3(3-0-6)	
01131316 การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ 3(3-0-6)	01131316 การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ 3(3-0-6)	
01131317 หลักและนโยบายการลงทุน 3(3-0-6)		ยกเลิกรายวิชา
01131321 การเงินระหว่างประเทศ 3(3-0-6)	01131321 การเงินระหว่างประเทศ 3(3-0-6)	
01131411 การวิเคราะห์หลักทรัพย์ 3(3-0-6)	01131441 การวิเคราะห์หลักทรัพย์ 3(3-0-6)	ปรับตามต้นสังกัด

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2555		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560		สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
- กลุ่มวิชาการจัดการ		- กลุ่มวิชาการจัดการ		
01133221 พฤติกรรมองค์การ	3(3-0-6)	01132221 พฤติกรรมองค์การ	3(3-0-6)	-ปรับรหัสวิชาตามต้นสังกัด
01133222 การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	01132222 การจัดการทรัพยากรมนุษย์	3(3-0-6)	-ปรับรหัสวิชาตามต้นสังกัด
01132243 ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)	01132243 ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม	3(3-0-6)	
01132313 การสื่อสารในองค์การ	3(3-0-6)	01132213 การสื่อสารองค์การ	3(3-0-6)	-ปรับรหัสวิชาตามต้นสังกัด
01132333 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	01132333 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)	
01132334 การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ	3(3-0-6)	01132334 การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ	3(3-0-6)	
01132335 การประเมินโครงการทางธุรกิจ	3(3-0-6)	01132335 การจัดการโครงการทางธุรกิจ	3(3-0-6)	-ปรับตามต้นสังกัด
01132412 การจัดการธุรกิจขนาดย่อม	3(3-0-6)	01132461 ความเป็นผู้ประกอบการ	3(3-0-6)	-ปรับตามต้นสังกัด
01132415 การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)	01132471 การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้	3(3-0-6)	-ปรับรหัสวิชาตามต้นสังกัด
01132451 ธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	01132351 ธุรกิจระหว่างประเทศ	3(3-0-6)	-ปรับรหัสวิชาตามต้นสังกัด
- กลุ่มวิชาการจัดการการผลิต		- กลุ่มวิชาการจัดการการผลิต		
01133242 พานิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น	3(3-0-6)	01133242 พานิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น	3(3-0-6)	
01133312 การออกแบบระบบการผลิต	3(3-0-6)	01133312 การออกแบบระบบการผลิต	3(3-0-6)	
01133313 การควบคุมต้นทุนการผลิต	3(3-0-6)	01133313 การควบคุมต้นทุนการผลิต	3(3-0-6)	
01133314 การจัดการงานวัสดุ	3(3-0-6)	01133314 การจัดหาเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	
01133315 การวางแผนและการควบคุมการผลิต	3(3-0-6)	01133315 การวางแผนและการควบคุมการผลิต	3(3-0-6)	
01133317 การจัดการคุณภาพ	3(3-0-6)	01133317 การจัดการคุณภาพ	3(3-0-6)	
01133318 การจัดการโซ่อุปทาน	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01133323 การจัดการธุรกิจโรงแรม	3(3-0-6)	01133323 การจัดการธุรกิจโรงแรม	3(3-0-6)	
01133341 การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น	3(3-0-6)	01133341 การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น	3(3-0-6)	
01133415 กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ	3(3-0-6)	01133415 กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ	3(3-0-6)	
01133417 การจัดการด้านความปลอดภัยในโรงงานอุตสาหกรรม	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01133418 การจัดการคลังสินค้า	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01133419 การตัดสินใจทางการจัดการการผลิต	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01133425 การจัดการกิจการพาณิชย์นาวี	3(3-0-6)			-ยกเลิกรายวิชา
01133427 การจัดการธุรกิจการบิน	3(3-0-6)	01133427 การจัดการสายการบิน	3(3-0-6)	-ปรับตามต้นสังกัด
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	

6. โครงสร้างของหลักสูตรภายหลังปรับปรุงแก้ไข เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างเดิมและเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ของกระทรวงศึกษาธิการ ปรากฏดังนี้

หมวดวิชา	เกณฑ์กระทรวงศึกษาธิการ	โครงสร้างเดิม	โครงสร้างใหม่
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 32 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า 72 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 94 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต
- วิชาแกน		39 หน่วยกิต	39 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะบังคับ		31 หน่วยกิต	34 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะเลือก		ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
หน่วยกิตรวม	ไม่น้อยกว่า 108 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 132 หน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

7. หลักสูตร

สภา มก. ออนุมัติในการประชุมครั้งที่..... 6/2560

เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2560

มติการปติให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2560
รายละเอียดของหลักสูตร

มคอ. 2

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

วิทยาเขตบางเขน คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 31 ต.ค. 2564
โดยระบบ CHECO

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร 25320021100277

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ Bachelor of Business Administration Program in Marketing

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

ชื่อย่อ บธ.บ. (การตลาด)

ชื่อเต็ม Bachelor of Business Administration (Marketing)

ชื่อย่อ B.B.A (Marketing)

3. วิชาเอก (ถ้ามี)

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยไม่น้อยกว่ากิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ -หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี (ทางวิชาการ)

5.2 ภาษาที่ใช้ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5.3 การรับเข้าศึกษา รับทั้งนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติ

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น เป็นหลักสูตรเฉพาะของสถาบัน

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

สถานภาพของหลักสูตร

- หลักสูตรปรับปรุง กำหนดเปิดสอน เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2560

- ปรับปรุงจากหลักสูตร ชื่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

- เริ่มใช้มาตั้งแต่ปีการศึกษา 2531

- ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปีการศึกษา 2555

การพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ได้พิจารณาถ้อยแถลงโดยคณะกรรมการการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ 3/2560 เมื่อวันที่ 9 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560
- ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการประชุมครั้งที่ 6/2560 เมื่อวันที่ 31 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

*7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน
ปี พ.ศ. 2562

*8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา (ตามตำแหน่งที่ ก.พ. กำหนด)

- 8.1 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
- 8.2 เจ้าหน้าที่การตลาด
- 8.3 นักวิเคราะห์ตลาด
- 8.4 เจ้าหน้าที่วางแผนการตลาด
- 8.5 เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ
- 8.6 พนักงานแนะนำสินค้า
- 8.7 พนักงานขาย
- 8.8 เจ้าหน้าที่ค้าส่ง-ค้าปลีก
- 8.9 นักโฆษณา
- 8.10 ที่ปรึกษาทางการตลาด
- 8.11 ครู อาจารย์ด้านการตลาด
- 8.12 นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
- 8.13 ประชาสัมพันธ์
- 8.14 จัดการงานทั่วไป
- 8.15 ทรัพยากรบุคคล
- 8.16 พัฒนาการกีฬา
- 8.17 พัฒนาการท่องเที่ยว
- 8.18 วิชาการพัฒนาชุมชน
- 8.19 วิชาการศึกษา
- 8.20 วิชาการอบรมและฝึกวิชาชีพ

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 31 ต.ค. 2564
โดยระบบ CHECO

9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิตะดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก	
						ชื่อสถาบัน	ปี พ.ศ.
1.	31004C	รองศาสตราจารย์	นางชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิง	ศ.บ. (เกียรตินิยมอันดับ 2) บธ.ม.	การเงินระหว่างประเทศและการคลัง การตลาด	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2527
						จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2529
2.	310200	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางดาวรุ่ง โอยเดช	วท.บ. บธ.ม.	การตลาด การจัดการ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2526
						มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2530
3.	31401C	อาจารย์	นางณัฐกัญย์ ชินรณานันท์	กศ.บ. บธ.ม.	ธุรกิจศึกษาการตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2541
						มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2543
4.	35009C	อาจารย์	นางสาวประพิมพ์พรรณ ลิ่มสุวรรณ	วท.บ. M.Sc. ปร.ด.	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร Food Industry Management and Marketing บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2545
						Imperial College University of London, UK.	2546
						มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2551
5.	32299C	อาจารย์	นางสาวศิริรัตน์ โกศการิกา	BB.A. M.Sc. Ph.D.	International Business Management E-Commerce Management Marketing	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2545
						University of London, UK.	2547
						University of London, UK.	2554
6.	310050	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นายศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล	วศ.บ. M.S. M.S. PhD.	วิศวกรรมไฟฟ้า Electrical and Computer Engineering Engineering and Technology Management Management	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2540
						Portland State University, USA.	2545
						Portland State University, USA.	2545
						สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย	2557

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 31 ต.ค. 2564
โดยระบบ CHECO

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

เฉพาะในสถาบัน คณะบริหารธุรกิจ วิทยาเขตบางเขน

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ภายนอกหลายรูปแบบที่สะท้อนและมีผลกระทบต่อการวางแผนหลักสูตรให้สอดคล้องและสามารถสร้างสรรค์และถ่ายทอดความรู้ให้นิสิตนำไปใช้บริหารธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ได้ ซึ่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน ประกอบด้วย

11.1.1 สืบเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560-2564) มีนโยบายเพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ และเพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน ซึ่งหลักสูตรด้านการตลาดมุ่งเน้นในการพัฒนาบัณฑิตให้มีทั้งความรู้และทักษะในการพัฒนาสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ เพื่อต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

11.1.2 การเข้าสู่ประเทศกลุ่มอาเซียน ทำให้เศรษฐกิจมีการเติบโตมากขึ้น การแข่งขันทางการค้าสูงขึ้น ทั้งในท้องถิ่น และธุรกิจข้ามชาติ ทำให้ธุรกิจทั้งหลายต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ได้ ดังนั้นจึงต้องเปิดโอกาสให้นิสิตได้เลือกเรียนกลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศเพิ่มเติม

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

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

11.2.1 ผู้บริโภคในสังคมปัจจุบันเป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น เป็นผู้ที่มีการศึกษา และแสวงหาความรู้เกี่ยวกับสินค้า และยังมีอำนาจการต่อรองสูงขึ้นอีกด้วยเนื่องจากความสะดวกในการหาข้อมูลและการเปรียบเทียบข้อมูลด้านต่าง ๆ ของสินค้า ที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนั้นผู้บริโภคยุคใหม่สนใจต่อการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น มีการร้องเรียนบริษัทที่ไม่รับผิดชอบหรือเอาไรต์เอาเปรียบ อีกทั้งยังสนใจในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทอีกด้วย

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

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

ผลกระทบจากการสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงรายวิชาและหลักสูตรโดยเน้นความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการตลาดมากขึ้น โดยได้จัดการศึกษาวิชาเฉพาะบังคับมากขึ้นโดยจากเดิม 31 หน่วยกิต (11 วิชา) เป็น 34 หน่วยกิต (12 วิชา) ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมเครื่องมือทางการตลาดและการประยุกต์ใช้เครื่องมือกับยุคดิจิทัล นอกจากนี้ลดหน่วยกิตวิชาเฉพาะเลือกลงจากเดิม 24 หน่วยกิตเหลือ 21 หน่วยกิต และยังเน้นหนักในวิชาเลือกของสาขาการตลาด โดยเรียนวิชาในสาขาวิชาการตลาด 18 หน่วยกิต (6 วิชา) และหรือเลือกเรียนวิชานอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต (1 วิชา) เพื่อเพิ่มความเข้มข้นและทำให้เกิดความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาวิชาการตลาดแก่นิสิต

การปรับปรุงรายวิชา โดยพัฒนาวิชาใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของอาจารย์ใหม่ เช่น วิชาการตลาดผลิตภัณฑ์หุรหุรา การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด ตลอดจนมีการเปลี่ยนชื่อวิชาและปรับปรุงเนื้อหาวิชาให้ทันสมัยยิ่งขึ้นด้วย

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมนั้น ส่งผลให้ต้องมีการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย ตลอดจนการผลิตบัณฑิตที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการที่มุ่งมั่นแสวงหา และพัฒนาความรู้ให้เกิดความเจริญงอกงามทางภูมิปัญญาที่เพียบพร้อมด้วยหลักวิชาการ จริยธรรมและคุณธรรม ตลอดจนเป็นผู้ชี้นำทิศทางการพัฒนาที่ดีของสังคมเพื่อความคงอยู่ ความเจริญและเป็นอารยะของชาติ นอกจากนี้ยังมุ่งมั่นให้มีความเป็นเลิศทางวิชาการระดับนานาชาติ มีผลงานเป็นที่ยอมรับของสากล เป็นแกนนำในการระดมภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และสร้างคุณค่าแก่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต และประชาชน มีศักยภาพด้านบริหารธุรกิจระดับนานาชาติ โดยมีมนุษยสัมพันธ์ คุณธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้นการปรับปรุงหลักสูตรจึงต้องพัฒนาความรู้ความสามารถ ตลอดจนการปลูกฝังผู้เรียนให้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคมและประเทศชาติ

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

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

- รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะที่สอนโดยคณะเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาการเงิน ภาควิชาการจัดการ ภาควิชาการจัดการการผลิตและภาควิชาบัญชี

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

ไม่มี

13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ทำหน้าที่วางแผนการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาในหลักสูตร คณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการศึกษาของคณะฯ และอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชารวบรวมข้อมูลสำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนารายวิชาดังกล่าวให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นหลักสูตรที่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในศาสตร์ทางธุรกิจและศาสตร์ทางการตลาด เพียบพร้อมไปด้วยความรู้เชิงวิชาการ ความสามารถในการคิด วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ความรู้ทั้งเชิงทฤษฎีและปฏิบัติในการทำงานเพื่อดำรงชีพบนพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถปรับตัวและพัฒนาขีดความสามารถของตนเองเพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ควบคู่ไปกับการเป็นผู้มีจริยธรรม คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อตนเอง ชุมชนและสังคม ตลอดจนเป็นผู้ที่นำความรู้ความสามารถออกไปปรับใช้สังคมและประเทศชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ความสำคัญ

ในการดำเนินธุรกิจของทุกองค์กรไม่ว่าภาครัฐหรือภาคเอกชนนั้น การตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย และนำรายได้เข้าสู่องค์กร ดังนั้นหน้าที่ทางการตลาดจึงเป็นหัวใจสำคัญของทุกองค์กร ซึ่งต้องมีการศึกษาติดตามสถานการณ์สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนการตลาดให้สอดคล้องเหมาะสมต่อองค์กร ดังนั้น การผลิตบัณฑิตสาขาการตลาดจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งที่จะไปตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอาชีพในภาครัฐและเอกชน

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอาชีพ ซึ่งต้องการบุคลากรที่มีความรอบรู้ทั้งด้านบริหารธุรกิจและด้านการตลาด ที่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทักษะและความสามารถให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

1.3.2 เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการด้านการตลาด ตลอดจนการศึกษา ค้นคว้า วิจัยในสาขาการตลาดและสามารถบูรณาการความรู้กับสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
<ul style="list-style-type: none"> -การแต่งตั้งคณะกรรมการประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับหลักสูตร เช่น การปรับปรุงหลักสูตร การประชุมกรรมการประจำหลักสูตรในระดับคณะ -การจัดสัมมนาอาจารย์ประจำภาควิชาการตลาดประจำปี ๗ ละ 1-2 ครั้ง เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์ของภาควิชา และการปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลา - การประเมินความคิดเห็น ความต้องการของนิสิตชั้นปีที่ 4 ต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นประจำทุกปี - การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตของหลักสูตร - การจัดทำวิจัยสถาบัน เพื่อรองรับการพัฒนาหลักสูตรตามรอบระยะเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> - ประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับหลักสูตร เช่น การปรับปรุงหลักสูตร การประชุมกรรมการประจำหลักสูตรในระดับคณะ - ดำเนินการจัดสัมมนาอาจารย์ประจำภาควิชาการตลาดประจำปี ๗ ละ 1 ครั้ง เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์ของภาควิชาซึ่งรวมถึงแผนพัฒนาหลักสูตรของภาควิชา และการปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลา - จัดการประเมินความคิดเห็น ความต้องการของนิสิตชั้นปีที่ 4 ต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นประจำทุกปี ในรายวิชา ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด เพื่อให้บัณฑิตชั้นปีที่ 4 ที่ผ่านการศึกษาวิชาในหลักสูตรเกือบครบทุกวิชาและใกล้จบการศึกษาแล้วได้แสดงความคิดเห็นที่สะท้อนความเป็นจริงเกี่ยวกับหลักสูตรของสาขาวิชา 	<ul style="list-style-type: none"> - หนังสือแต่งตั้งคณะกรรมการประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับหลักสูตร รายงานการประชุมกรรมการประจำหลักสูตรในระดับคณะ - โครงการสัมมนาอาจารย์ประจำภาควิชาการตลาดประจำปี - แผนยุทธศาสตร์ภาควิชาการตลาด แผน 4 ปี (2560-2564) - รายงานการประชุมภาควิชาการตลาดที่มีวาระการพิจารณาปรับปรุงหลักสูตร การปรับปรุงรายวิชา การปิด เปิดรายวิชาในหลักสูตร - ประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร - เอกสารงานวิจัยสถาบัน

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
	<ul style="list-style-type: none"> - การดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถให้สอดคล้องกับความต้องการ - การจัดทำวิจัยสถาบัน เพื่อรองรับการพัฒนาหลักสูตรตามรอบระยะเวลา 	

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการและโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

เป็นระบบทวิภาค

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ไม่มี

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วัน-เวลาราชการ

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม - เดือนธันวาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

ไม่มี

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนิสิตในข้อ 2.3

ไม่มี

2.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ปีการศึกษา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม	จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะจบการศึกษา
2560	80	-	-	-	80	คาดว่าจะมีผู้สำเร็จการศึกษาลด หลักสูตรปีละ 80 คน เริ่มจบปีการศึกษา 2564
2561	80	80	-	-	160	
2562	80	80	80	-	240	
2563	80	80	80	80	320	
2564	80	80	80	80	320	

2.6 งบประมาณตามแผน

- งบประมาณรายรับ (หน่วย : บาท) (จะมีเฉพาะค่าธรรมเนียมกับงบอุดหนุนจากรัฐบาล) ตาม มคอ.

รายละเอียดรายรับ	ปีงบประมาณ				
	2560	2561	2562	2563	2564
เงินรายได้จากการจัดการศึกษา	4,022,960	4,111,600	4,182,300	4,255,300	4,331,860
เงินงบประมาณแผ่นดิน	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
รวมรายรับ	4,262,960	4,351,600	4,422,300	4,495,300	4,571,860

- งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2560	2561	2562	2563	2564
ก. งบบุคลากร	543,480	563,870	562,019	607,090	629,990
ข. งบดำเนินงาน	420,000	415,000	412,500	412,500	410,000
ค. งบลงทุน	100,000	0	0	0	0
ง. งบอุดหนุน	3,176,700	3,126,700	3,126,700	3,126,700	3,126,700
รวมรายจ่ายทุกหมวด	4,240,180	4,105,570	4,101,219	4,146,290	4,166,690
ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิตตามหลักสูตร (หน่วย : บาท)	53,002.25	25,659.81	17,088.41	12,957.16	13,020.91

2.7 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียนและศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนซ้ำมีมหาวิทยาลัย (ถ้ามี) ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 133 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

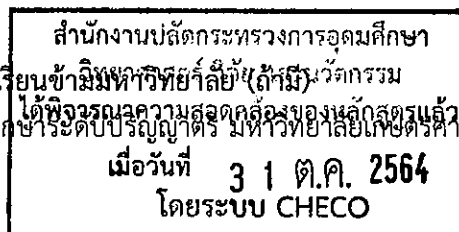
1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

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

2) หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต

- วิชาแกน 39 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะบังคับ 34 หน่วยกิต
- วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

3) หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต



3.1.3 รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต
 - กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
01175xxx กิจกรรมพลศึกษา 1(0-2-1)
(Physical Education Activities)
และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่ม
สาระอยู่ดีมีสุข อีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต
 - กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร 13 หน่วยกิต
ให้เลือกรายวิชาหนึ่งวิชา ดังนี้
01361101 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น 3(3-0-6)
(Introductory Thai Usage)
หรือ
01999021 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)
(Thai Language for Communication)
วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา 9(- -)
วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์ 1(- -)
 - กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
ให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่ม
สาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
 - กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต
01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน 2(2-0-4)
(Knowledge of Land)
และให้เลือกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่ม
สาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก อีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต
 - วิชาแกน 39 หน่วยกิต
01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I 3(3-0-6)
(Microeconomics I)
01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I 3(3-0-6)
(Macroeconomics I)
01130171 การบัญชีการเงิน 3(3-0-6)
(Financial of Accounting)
01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)
(Management Accounting)
01131211 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business Finance)
01132111 หลักการจัดการ 3(3-0-6)
(Principles of Management)
01132142 สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)
(Legal Environment of Business)

01132231	สถิติธุรกิจ (Business Statistics)	3(3-0-6)
01132332	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ (Quantitative Analysis for Decision Making in Business)	3(3-0-6)
01132342	ระบบภาษีอากรธุรกิจ (Business Tax System)	3(3-0-6)
01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	3(3-0-6)
01133211	การจัดการการผลิต (Operations Management)	3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3(3-0-6)
- วิชาเฉพาะบังคับ 34 หน่วยกิต		
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3(3-0-6)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing)	3(3-0-6)
01134322**	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3(3-0-6)
01134332*	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Product Management)	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด (Marketing Channel Management)	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	3(3-0-6)
01134411	การจัดการการตลาด (Marketing Management)	3(3-0-6)
01134412	การพยากรณ์การขาย (Sales Forecasting)	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด (Basic Research Methods in Marketing)	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา (Seminar)	1
01134498	ปัญหาพิเศษ (Special Problems)	3

** รายวิชาปรับปรุง
* รายวิชาเปิดใหม่

- วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต
ให้เลือกรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต และ/หรือเลือก
จากนอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากตัวอย่างรายวิชาในกลุ่มวิชาดังต่อไปนี้

- กลุ่มวิชาการตลาด

01134311	การจัดซื้อ (Purchasing)	3(3-0-6)
01134312	การจัดการการขาย (Sales Management)	3(3-0-6)
01134314	จรรยาบรรณทางการตลาด (Marketing Ethics)	3(3-0-6)
01134315	การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Marketing for Social and Environment Responsibility)	3(3-0-6)
01134323	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Planning)	3(2-2-5)
01134324	การตลาดกีฬา (Sports Marketing)	3(3-0-6)
01134325*	การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing)	3(3-0-6)
01134331	นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Policy)	3(3-0-6)
01134333*	การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา (Marketing for Luxury Products)	3(3-0-6)
01134342	การค้าปลีก (Retailing)	3(3-0-6)
01134353	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	3(3-0-6)
01134354	ศิลปะการขาย (Salesmanship)	3(3-0-6)
01134355**	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม (Sales Promotion and Event Marketing)	3(2-2-5)
01134356	การโฆษณา (Advertising)	3(3-0-6)
01134413	การตลาดและการตัดสินใจ (Marketing and Decision Making)	3(3-0-6)
01134421	การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า (Export-Import Management)	3(3-0-6)

* รายวิชาเปิดใหม่

** รายวิชาปรับปรุง

01134422	การตลาดบริการ (Service Marketing)	3(3-0-6)
01134423	การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business Marketing)	3(3-0-6)
01134431	การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Development and Design)	3(3-0-6)
01134442	หลักการจัดการลอจิสติกส์ (Principles of Logistics Management)	3(3-0-6)
01134490	สหกิจศึกษา (Cooperation Education)	6
01134492*	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด (Field Experience in Marketing)	3
- กลุ่มวิชาบัญชี		
01130112	การบัญชีขั้นกลาง I (Intermediate Accounting I)	3(3-0-6)
01130211	การบัญชีขั้นกลาง II (Intermediate Accounting II)	3(3-0-6)
- กลุ่มวิชาการเงิน		
01131212	การเงินบุคคล (Personal Finance)	3(3-0-6)
01131312	การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน (Computer Applications in Financial Analysis)	3(3-0-6)
01131315	สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน (Credit and Collection)	3(3-0-6)
01131316	การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ (Business Asset Management)	3(3-0-6)
01131321	การเงินระหว่างประเทศ (International Finance)	3(3-0-6)
01131411	การวิเคราะห์หลักทรัพย์ (Securities Analysis)	3(3-0-6)
- กลุ่มวิชาการจัดการ		
01132213	การสื่อสารองค์การ (Organization Communication)	3(3-0-6)
01132221	พฤติกรรมองค์การ (Organizational Behavior)	3(3-0-6)
01132222	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)	3(3-0-6)
01132243	ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม (Business and Social Responsibilities)	3(3-0-6)
01132333	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information Systems)	3(3-0-6)

01132334	การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ (Business System Analysis)	3(3-0-6)
01132335	การจัดการโครงการทางธุรกิจ (Business Project Management)	3(3-0-6)
01132351	ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business)	3(3-0-6)
01132461	ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)	3(3-0-6)
01132471	การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้ (Management of Learning Organization)	3(3-0-6)
- กลุ่มวิชาการจัดการการผลิต		
01133242	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น (Introduction to Electronic Commerce)	3(3-0-6)
01133312	การออกแบบระบบการผลิต (Operations System Design)	3(3-0-6)
01133313	การควบคุมต้นทุนการผลิต (Operations Cost Control)	3(3-0-6)
01133314	การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Sourcing)	3(3-0-6)
01133315	การวางแผนและการควบคุมการผลิต (Operations Planning and Control)	3(3-0-6)
01133317	การจัดการคุณภาพ (Quality Management)	3(3-0-6)
01133323	การจัดการธุรกิจโรงแรม (Hotel Management)	3(3-0-6)
01133341	การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น (Introduction to Technology Management)	3(3-0-6)
01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (Operations Strategy)	3(3-0-6)
01133427	การจัดการสายการบิน (Airline Management)	3(3-0-6)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชา

ความหมายของเลขรหัสประจำวิชาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วยเลข 8 หลัก มีความหมายดังนี้

เลขลำดับที่ 1-2 (01) หมายถึง วิทยาเขตบางเขน

เลขลำดับที่ 3-5 (134) หมายถึง สาขาวิชาการตลาด

เลขลำดับที่ 6 หมายถึง ระดับชั้นปี

เลขลำดับที่ 7 มีความหมายดังนี้

1 หมายถึง กลุ่มวิชาการตลาดทั่วไป

2 หมายถึง กลุ่มวิชาการตลาดเฉพาะทาง

3 หมายถึง กลุ่มวิชาผลิตภัณฑ์และราคา

4 หมายถึง กลุ่มวิชาการจัดจำหน่าย

5 หมายถึง กลุ่มวิชาการส่งเสริมการตลาด

9 หมายถึง กลุ่มวิชา ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สหกิจศึกษา วิจัย

สัมมนา ปัญหาพิเศษ

เลขลำดับที่ 8 หมายถึง ลำดับวิชาในแต่ละกลุ่ม

3.1.4 แผนการศึกษา

แผนการศึกษาแบบไม่เรียนวิชาสหกิจศึกษา

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01130171 การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)
01132111 หลักการจัดการ	3(3-0-6)
01132142 สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
01175xxx กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)
ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
รวม	<u>18(- -)</u>
ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)
01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
01134111 หลักการตลาด	3(3-0-6)
01361101 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น หรือ	3(3-0-6)
01999021 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	2(- -)
รวม	<u>14(- -)</u>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)
01133211	การจัดการการผลิต	3(3-0-6)
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	3(- -)
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	วิชาเลือกเสรี	6(- -)
	รวม	<u>15(- -)</u>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01132342	ระบบภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
01132332	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไปสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	3(- -)
	รวม	<u>16(- -)</u>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	9(- -)
	รวม	<u>16(- -)</u>

แผนการศึกษาแบบเรียนวิชาสหกิจศึกษา

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01130171	การบัญชีการเงิน	3(3-0-6)
01132111	หลักการจัดการ	3(3-0-6)
01132142	สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ	3(3-0-6)
01999111	ศาสตร์แห่งแผ่นดิน	2(2-0-4)
01175xxx	กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1(- -) ✕
	รวม	<u>19(- -)</u>

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด	3(3-0-6)
01361101	การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น หรือ	3(3-0-6)
01999021	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	2(- -)
	รวม	<u>20(- -)</u>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01101182	เศรษฐศาสตร์มหภาค I	3(3-0-6)
01133211	การจัดการการผลิต	3(3-0-6)
01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	ภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	<u>3(- -)</u>
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	วิชาเลือกเสรี	<u>6(- -)</u>
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01132342	ระบบภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
01132332	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>3(- -)</u>
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>3(- -)</u>
	รวม	<u>18(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	6(- -)
	รวม	<u>16(- -)</u>

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

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

3.1.5.1 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาของหลักสูตร

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

ลักษณะและกระบวนการทางการตลาด แนวความคิด บทบาท ความสำคัญ หน้าที่ และปัจจัยทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด และการวิจัยการตลาดเบื้องต้น

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

01134212	พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	3(3-0-6)
----------	--	----------

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้า โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในด้านปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ตลอดจนการนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมาประยุกต์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

Principles and analysis of consumer behavior. Considering factors for buying decision both internal and external factors. Including the results from studying consumer behavior to set up marketing strategies.

01134311 การจัดซื้อ
(Purchasing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

บทบาท และความสำคัญของการจัดการด้านการจัดซื้อ ความรับผิดชอบของผู้จัดการงานจัดซื้อ ความสัมพันธ์ของงานจัดซื้อกับงานอื่น ๆ ในองค์กร นโยบายและระเบียบการจัดซื้อ การจัดซื้อแบบรวมอำนาจและกระจายอำนาจ การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่จัดซื้อ การกำหนดขนาดของการจัดซื้อ การเลือกแหล่งขาย การทำสัญญาและปัญหาแห่งกฎหมาย การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งซื้อ ต้นทุน ราคา กำไร การลงทุนและการเสี่ยงภัย การเปรียบเทียบระหว่างการผลิตเอง การซื้อ การเช่า

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

01134312 การจัดการการขาย
(Sales Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะของการจัดการขาย การจัดการองค์กร การกำหนดนโยบาย การสรรหาพนักงานขาย การรับสมัคร การคัดเลือก การให้ค่าตอบแทน การสร้างขวัญและกำลังใจ การวางแผนและวิเคราะห์การขาย การประเมินผลและการควบคุมการขาย โควตาการขาย งบประมาณและค่าใช้จ่ายทางการขาย การประเมินผล และการควบคุมการขาย

Sales organization. Sales planning policies. Recruiting, screening and selecting applicants. Sales compensation. Sales incentive by good moral supports. Sales planning and analysis. Sales quotas. Sales budgeting. Sales and cost analysis. Sales evaluation and controlling.

01134314 จรรยาบรรณทางการตลาด
(Marketing Ethics)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดของจรรยาบรรณทางการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาดของสถาบันทางธุรกิจ ปัจจัยที่กำหนดจรรยาบรรณทางการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาดที่นำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาและข้อโต้แย้งในการนำจรรยาบรรณทางการตลาดไปปฏิบัติ

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

- 01134315 การตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)
(Marketing for Social and Environment Responsibility)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความหมายและความสำคัญของตลาด ตลอดจนแนวคิด ปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้การจัดการทางการตลาดเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและธุรกิจให้คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา

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

- 01134321 การตลาดระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
(International Marketing)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความสำคัญและสภาพแวดล้อมของการตลาดระหว่างประเทศ บทบาทและนโยบายของรัฐ การพิจารณาเลือกสินค้าและตลาด การบรรจุหีบห่อ การกำหนดราคา การขนส่ง การเลือกตัวแทนจำหน่าย การส่งเสริมการวางแผนและควบคุม ปัญหา และอุปสรรคในการตลาดระหว่างประเทศ

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

- 01134322** การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)
(Digital Marketing)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ปรัชญา แนวคิด และความสำคัญของการตลาดดิจิทัล สภาพแวดล้อมสำหรับตลาดดิจิทัล การกำหนดส่วนแบ่งตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งสำหรับตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ลูกค้า การสร้างสาระหลักและการมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล การจัดการชื่อเสียงในสังคมเครือข่ายเพื่อสร้างความยั่งยืนของตราสินค้า กรณีศึกษา

** รายวิชาปรับปรุง

Philosophy, concept and important of digital marketing, digital marketing environment. Digital marketing segmentation, targeting and positioning. Customer analysis, creating contents and engagement for communicating via digital media. Managing brand reputation within social network for sustainable brand. Case study.

01134323 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Planning) 3(2-2-5)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

การเขียนแผนการตลาด วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาพการณ์การตลาด หรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และสินค้า พัฒนารูปแบบแผนการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

Writing marketing plan. Examine how marketing plans can change with the life cycle or market conditions of product or service. Developing a model of marketing plan that include an analysis of internal and external environment, segmentation, marketing and product positioning, and defining marketing mix strategy; product, pricing, distribution and promotion.

01134324 การตลาดกีฬา (Sport Marketing) 3(3-0-6)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรู้ความเข้าใจในการทำการตลาดและกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา กลยุทธ์การใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการทำการตลาดสำหรับสินค้าและบริการอื่นๆ ที่ไม่อยู่ในอุตสาหกรรมกีฬา การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคขององค์กรกีฬา การหาผู้สนับสนุน การทำตราสินค้า การส่งเสริมการตลาดสินค้า การประชาสัมพันธ์ การให้สิทธิ์ทางการค้าและการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬา

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

01134325* การตลาดการท่องเที่ยว
(Tourism Marketing)

3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ทฤษฎี แนวคิดทางการตลาดและการประยุกต์ใช้ ภายใต้บริบทของการการท่องเที่ยว และองค์การด้านการท่องเที่ยว กระบวนการการตลาดการท่องเที่ยวและลักษณะเฉพาะของการตลาดการท่องเที่ยว การวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แผนการตลาดการท่องเที่ยว กรณีศึกษา

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

01134331 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา
(Product and Price Policy)

3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวความคิดต่าง ๆ ของผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีต่อผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

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

01134332* การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์
(Strategic Product Management)

3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดในการวางแผน และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการวางแผนกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ

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

- 01134333 การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา 3(3-0-6)
 (Marketing for Luxury Products)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา สภาพแวดล้อมการตลาดผลิตภัณฑ์
 หูหรา การวิเคราะห์ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หรูหรา ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา พัฒนา
 กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา
 General knowledge of luxury product marketing. Marketing environment of
 luxury product marketing. Luxury products consumer analysis. Marketing mix
 of luxury market. Develop marketing for luxury strategies products.
- 01134341 การจัดการช่องทางการตลาด 3(3-0-6)
 (Marketing Channel Management)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 ลักษณะโครงสร้าง รูปแบบของช่องทางการตลาด บทบาทหน้าที่และการพัฒนา
 ช่องทางการตลาดแต่ละรูปแบบ สถาบันการตลาด ข้อขัดแย้งและความร่วมมือกันของ
 สถาบันต่าง ๆ การคัดเลือก การประเมินผล การควบคุมช่องทางการตลาด ตลอดจนปัจจัย
 และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการจัดการช่องทางการตลาด
 Nature, structure and type of marketing channel. Role, function and
 development of channel systems. Conflict and co-operation of marketing
 institutions. Selecting, evaluating and controlling marketing channel. Factors
 and environment that effect marketing channel management.
- 01134342 การค้าปลีก 3(3-0-6)
 (Retailing)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 ลักษณะและวิวัฒนาการทางการค้าปลีก สถาบันการค้าปลีก การจัดการด้านการค้า
 ปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดการองค์การ การจัดงานบุคคล การจัดการสินค้า การตั้งราคา
 วิธีการส่งเสริมการขายของกิจการค้าปลีก และการให้บริการต่าง ๆ ตลอดทั้งระบบการควบคุม
 ด้านการเงินและแนวโน้มของการค้าปลีกในอนาคต
 Characteristic and revolution of retailing. Retailing institutions. Retailing
 management. Location. Organizational management. Personnel management.
 Merchandising management. Price setting. Promotion methods and retailing
 services. Controlling system and trend of retailing business.
- 01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)
 (Integrated Marketing Communication)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดโดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล
 การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และรูปแบบการสื่อสารอื่น การสร้างการรับรู้ตราสินค้า
 ภาพลักษณ์ตราสินค้าและพฤติกรรมกรซื้อ

Marketing communication strategy through advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing and other communications. Creating brand awareness, brand image and buying behavior.

01134353 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 3(3-0-6)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

กระบวนการทางการตลาดในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า การตัดสินใจ โปรแกรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและตลาด รวมทั้งผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย การตัดสินใจซื้อเพื่อให้ได้คุณค่าเพิ่มโดยใช้กลยุทธ์ได้กับได้ กลยุทธ์การรักษาลูกค้า การหาลูกค้าใหม่ และการดึงลูกค้ากลับ

Marketing process to build long-term relationship with customers. Marketing programs decision to create good understanding and relationship between organizations and market, including customers and stakeholders. Value added buying decision through win-win strategy. Strategy for customer retention, new customer acquisition, and customer win back.

01134354 ศิลปะการขาย (Salesmanship) 3(3-0-6)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักและกระบวนการเสนอขายสินค้า กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค หลักจิตวิทยาเพื่อการจูงใจซื้อ วิธีการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย การสร้างคุณลักษณะและคุณสมบัติของพนักงานขาย เพื่อเป็นพนักงานขายที่ดี เทคนิคการเจรจา การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า ความรู้เรื่องสัญญาการซื้อขาย

Principles of selling process. Analysis of the buying decisions process. Characteristics and behaviour of consumer. Psychology in sales incentive. Principles of psychological for consumer motivation. Data collection for planning approach to target market. Training salesmen. Technique of negotiation relationship to customer and sales contracting.

01134355** การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม (Sales Promotion and Event Marketing) 3(2-2-5)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม แนวคิด หลักการ วิธีการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือและการเลือกสื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับเครื่องมือทางการตลาดอื่น การฝึกปฏิบัติ

** ปรับปรุงรายวิชา

Definition, importance and objectives of sales promotion and events marketing. Concepts, principles, methods of sales promotion and event marketing. Planning and defining effective strategies by analyze situations. Defining objectives creating tools and selecting media that meet and match with other marketing tools. Practicing required.

01134356 การโฆษณา (Advertising) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

บทบาท ความสำคัญ วิวัฒนาการและแนวความคิดของการโฆษณา การจัดองค์การ การโฆษณา หลักการจัดทำองค์ประกอบของงานโฆษณา การเลือกเหตุจูงใจ การเลือกสื่อโฆษณา การวางแผนรณรงค์ การจัดทำงบประมาณ การประเมินและวัดผลการโฆษณา กฎหมายและจรรยาบรรณ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

Roles, importance, development and concept of advertising. Organizing of advertising, composition of advertising work, selecting media, preparing campaign, budgeting and evaluation of advertising. Law and ethic concerning with advertising.

01134411 การจัดการการตลาด (Marketing Management) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวความคิดการจัดการทางการตลาด บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการตลาด นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์ การวางแผน การควบคุมและการจัดองค์การ แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหาและกรณีศึกษาทางการตลาด

Concepts of marketing management. Roles and functions of marketing manager. Policy and strategy of product management, price management, channel management and promotion management. Analysis, planning, controlling and organizing. Problem and case study in marketing.

01134412 การพยากรณ์การขาย (Sales Forecasting) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักทฤษฎี และความสำคัญของการพยากรณ์การขาย เทคนิคและวิธีการพยากรณ์ ประเภทของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความถูกต้องแม่นยำของการพยากรณ์ รวมทั้งการนำผลของการพยากรณ์ไปเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแผนการตลาด

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

- 01134413 การตลาดและการตัดสินใจ (Marketing and Decision Making) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 ความรับผิดชอบของผู้บริหารการตลาดในการตัดสินใจ ปัญหาทางการตลาด การจำแนกและการจัดลำดับ ขอบเขตของการตัดสินใจทางการตลาด การเลือกวิธีการแก้ปัญหาและวิธีการตัดสินใจ การกำหนดหลักเกณฑ์ทางทฤษฎีเพื่อการพัฒนาการตัดสินใจทางการตลาด การตัดสินใจเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กระบวนการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด
 Responsibility of a marketing manager in decision making. Marketing problems, classification and grading. Scope of marketing decision making. Selection in problem solving technic and decision making technic. Building the theoretical base for developing a marketing decision making. Qualitative and quantitative decision making. Marketing planning process and decision making.
- 01134421 การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า (Export-Import Management) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 หลักและการปฏิบัติในการส่งออกและนำเข้า กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับพระราชบัญญัติและข้อกำหนดในการส่งออกและนำเข้า วิธีปฏิบัติและเตรียมการด้านเอกสาร การทำสัญญาซื้อขาย วิธีการด้านศุลกากร การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การชำระเงิน การจัดการและการจัดหน่วยงานของแผนกส่งสินค้าออกและเข้า หน่วยงานของทางราชการและสถาบันเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า
 Principles and practices of export and import. Rules, regulation and restriction of export and import. Documentations. Buying and selling contracts. Customs procedures. Packing, handling and transporting. Export-import payments. Organizing and managing export-import departments. Government offices and private institutions relating to export-import business.
- 01134422 การตลาดบริการ (Service Marketing) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 ลักษณะและขอบเขตของตลาดบริการ การจำแนกประเภท พฤติกรรมผู้ใช้บริการส่วนประสมการตลาดของสินค้าบริการ โครงสร้างและการพัฒนาสถาบันที่ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการและศึกษาธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง
 Nature and scopes of service marketing. Type of service. Service consumer behavior. Marketing mix of service. Structure and development of service institution. Study in specific service business.

- 01134423 การตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business Marketing) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 หลักการและทฤษฎีรวมถึงกระบวนการ ของการตลาดธุรกิจสู่ธุรกิจ ซึ่งหมายถึงสินค้าและบริการทางธุรกิจและอุตสาหกรรมความแตกต่างของตลาดสินค้าผู้บริโภคกับสินค้าธุรกิจ การวิเคราะห์พฤติกรรมของการซื้อโดยองค์กรธุรกิจ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมายและการวางตำแหน่งสินค้าธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ของการตลาดธุรกิจการวางแผนและควบคุมส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจ การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อการวางแผนและการดำเนินการตลาดธุรกิจ
 Principles and Theory, including process of Business to Business Marketing which determine as product and service for business or Industry. The differences between consumer goods and business goods. Analysis of organizational buying behavior market segmentation , targeting market and market positioning strategic planning of business marketing planning, implementing and controlling of marketing mix. Management of corporate social responsibility for planning and implementing business marketing.
- 01134431 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Development and Design) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาด การออกแบบและการผลิตเพื่อการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดความต้องการของลูกค้า การได้มาซึ่งความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สถาปัตยกรรมผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงอุตสาหกรรมและเพื่อการผลิต การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด การติดตามและการประเมินผล
 Relation between marketing, design and manufacturing for product development and launching. Product development process, identifying customer needs, product concept generation, product architecture, industrial and manufacturing design, product launching, follow up and evaluation.
- 01134432 กลยุทธ์ราคา (Price Strategy) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
 แนวคิดด้านราคา การบริหารการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ในการตั้งราคา ความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าในการตั้งราคา บทบาทของต้นทุนต่อการตัดสินใจตั้งราคาและการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันในการทำกำไรทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์การตั้งราคา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตั้งราคา
 Price concept, effective pricing management, economic knowledge of pricing. Understanding customer behavior to pricing. Role of costs in pricing decision and analysis marketing profit competency. Developing pricing strategies. Legal aspect of pricing strategy.

- 01134442 หลักการจัดการโลจิสติกส์ 3(3-0-6)
(Principles of Logistics Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
หลักการและกระบวนการโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป
แนวความคิดโลจิสติกส์แบบผสมผสานโดยเน้นกิจกรรมโลจิสติกส์หลัก การจัดการกลยุทธ์โล
จิสติกส์ในยุคโลกาภิวัตน์
Principles and process of logistics in order to support materials and
finished goods logistics concept through main logistics activities. Logistics
strategy management in globalization.
- 01134490 สหกิจศึกษา 6
(Cooperative Education)
การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการ
จัดทำรายงานและการนำเสนอ
On the job training as a temporary employee according to the assigned
project including report writing and presentation.
- 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 3(3-0-6)
(Basic Research Methods in Marketing)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบวิจัย
การตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถาม การ
วิเคราะห์และตีความข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การเขียนรายงานและการเสนอ
ผลการวิจัย
Principles and methods in marketing research, identification of research
problems, formulation of research objectives and hypotheses, collection of
data, construction of questionnaire, data analysis and interpretation,
application of statistics for research, report writing and presentation.
- 01134492* ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3
(Field Experience in Marketing)
การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือ
ภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานติดต่อกันไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนำเสนอ
รายงานผลการปฏิบัติงาน
Practical experience in marketing field in private or public sector for
minimum of 200 hours and presentation of performance report.

01134497 สัมมนา 1
(Seminar)
การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางทางการตลาดในระดับปริญญาตรี
Presentation and discussion on current interesting topics in marketing at
the bachelor's degree level.

01134498 ปัญหาพิเศษ 3
(Special Problems)
การศึกษาค้นคว้าทางการตลาดระดับปริญญาตรี และเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน
Study and research in marketing at the bachelor's degree level and
compiled into written report.

3.1.5.2 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาเอกหลักสูตร

01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I 3(3-0-6)
(Microeconomics I)
ความหมายลักษณะและวิธีการศึกษาเศรษฐศาสตร์ปัญหาเศรษฐกิจ การทำหน้าที่ของ
ระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์อุปทาน และราคาความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานการใช้อุปสงค์
และอุปทานในการปฏิบัติพฤติกรรมของผู้บริโภคและอรรถประโยชน์ธุรกิจการผลิตและต้นทุน
การผลิต ต้นทุนในระยะสั้นและระยะยาว การผลิตในระยะยาว การผลิตในระยะยาวมาก ซึ่ง
เกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าและมลพิษ การกำหนดราคาผลผลิตในตลาดต่าง ๆ ทฤษฎีราคาใน
เชิงปฏิบัติ การกระจายรายได้ การกำหนดค่าจ้าง ดอกเบี้ย และผลตอบแทนจากการลงทุน
ความยากจน และความไม่เท่าเทียมกัน

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

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

วิธีการในการวัดรายได้ประชาชาติ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรายได้ประชาชาติ การ
เปลี่ยนแปลงรายได้ประชาชาติ วัฏจักรธุรกิจและการเคลื่อนไหวขึ้นลงในรายได้ประชาชาติ
ทฤษฎีและมาตรการของนโยบายการคลัง ระดับราคา การเงินและการธนาคาร การวิเคราะห์
เงินตราและการวิเคราะห์รายได้ การค้าและการเงินระหว่างประเทศ การว่างงานและเงินเพื่อ
ความจำเป็นเติบโต และการพัฒนาเศรษฐกิจเปรียบเทียบ

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

01130112 การบัญชีขั้นกลาง I (Intermediate Accounting I) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01130111 หรือ 01130101 หรือ 01130171

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน หลักการบัญชีสินทรัพย์ การจำแนกประเภท การวัดมูลค่าและการแสดงรายการสินทรัพย์ในรายงานทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน ต้นทุนการกู้ยืมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน การด้อยค่าของสินทรัพย์ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายและการดำเนินงานที่ยกเลิก ทรัพยากรแร่และเกษตรกรรม

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

01130171 การบัญชีการเงิน (Financial of Accounting) 3(3-0-6)

หลักการบัญชีทั่วไป วิธีการบันทึกบัญชีขั้นต้นเกี่ยวกับเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน สินทรัพย์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ การจัดทำรายงานทางการเงิน

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

01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ (Management Accounting) 3(3-0-6)

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

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

- 01130211 การบัญชีขั้นกลาง II 3(3-0-6)
 (Intermediate Accounting II)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01130111 หรือ 01130171 หรือ 01130101
 หลักการและแนวปฏิบัติทางการบัญชีสำหรับรายการหนี้สินและส่วนของผู้เจ้าของ รวมถึงการจัดประเภท การรับรู้และการวัดมูลค่า การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูล การบัญชีสำหรับการปรับโครงสร้างหนี้ กำไรต่อหุ้น การนำเสนองบการเงิน การเปลี่ยนแปลงทางการบัญชีและการแก้ไขข้อผิดพลาด
 Accounting principles and practice for liabilities and owners' equity, including classification, recognition and measurement, presentation and disclosure, accounting for debt restructuring, earnings per share, financial report presentation, accounting changes and error correction.
- 01131211 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)
 (Business Finance)
 หลักการเบื้องต้นและจุดมุ่งหมายในการจัดการทางการเงิน หน้าที่ของผู้จัดการทางการเงิน สภาพแวดล้อมทางการเงิน การวางแผนและการพยากรณ์ทางการเงิน เครื่องมือต่างๆ ในการจัดการทางการเงิน วิเคราะห์ทางการเงิน เงินทุนและต้นทุนของเงินทุน การตัดสินใจลงทุนระยะยาว การจัดการเงินทุนหมุนเวียน
 Basic principles and objectives of financial management, functions of managerial finance, financial environments, financial forecasting and planning, tools of financial management, financial analysis, capital and cost of capital, decision in long-term investment, working capital management.
- 01131212 การเงินบุคคล 3(3-0-6)
 (Personal Finance)
 เทคนิคการจัดการทางการเงินส่วนบุคคล การวางแผนและการควบคุมการเงินส่วนบุคคล การซื้อด้วยเงินสด การซื้อด้วยเงินเชื่อ การประกันชีวิต การลงทุนในหลักทรัพย์ การวางแผนเมื่อครบเกษียณอายุ
 Personal financial management techniques, personal financial planning and control, a system of spending. Consumer credits, life insurance, securities investment, and retirement planning.
- 01131312 การใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน 3(3-0-6)
 (Computer Applications in Financial Analysis)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211
 หลักการในการวิเคราะห์ทางการเงิน งบการเงิน เครื่องมือในการวิเคราะห์ทางการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การประเมินมูลค่ากิจการ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เบื้องต้นในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการเงิน
 Principles of financial analysis, financial statements, tools for financial analysis, financial forecasting, corporate valuation, use of principle software program for financial analysis and decision making.

- 01131315 ลินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน 3(3-0-6)
(Credit and Collection)
หลักและวิธีการพิจารณาให้สินเชื่อธุรกิจ ประเภทและวิธีการเรียกเก็บเงิน หน้าที่และการบริหารงานในแผนกให้สินเชื่อ ขอบเขตของการให้สินเชื่อ กำหนดระยะเวลาในการให้สินเชื่อ การสืบฐานะเพื่อให้สินเชื่อ นโยบายการเรียกเก็บเงิน การควบคุมและติดตามบัญชีลูกหนี้
Principles and methods of credit-granting and collection policies to all business, functions of credit and operation of credit department, scope of credit management, credit limited, investigation and analysis of credit risk, collection policies, management control of credit and collection operations.
- 01131316 การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business Asset Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211
เทคนิคและวิธีการตัดสินใจในการวางแผนและบริหารเงินทุนหมุนเวียน ตัวแบบต่างๆ ของการจัดการเงินสด เงินลงทุนระยะสั้น ลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ ปัจจัยและทฤษฎีในการตัดสินใจลงทุนสินทรัพย์ ภายใต้ภาวะ การเสี่ยงและความไม่แน่นอน
Techniques and decision planning in working capital management, models of cash and marketable securities management, models of account receivable and models of inventories, factors and theories in investment decisions under risk and uncertainty.
- 01131321 การเงินระหว่างประเทศ 3(3-0-6)
(International Finance)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211
การดำเนินงาน นโยบายและบทบาทของสถาบันการเงินระหว่างประเทศ เครื่องมือในการปริวรรตเงินตรา ระบบอัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการควบคุมและการส่งเสริมความตกลงระหว่างประเทศอันมีผลกระทบกระเทือนต่อกำไร การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศโดยพิจารณาในแง่เงินทุน ภาษีอากร แรงงาน ปัญหาทางการตลาดและความร่วมมือระหว่างประเทศ การปฏิบัติงานของฝ่ายต่างประเทศของธนาคารพาณิชย์
Operation, policies and function of international financial institutions, foreign exchange tools, foreign exchange rate system, policies of controlling and promotions, international agreements that affecting business profit, international business operations including capital taxation, labour, marketing problems and international agreements, operation of foreign department of commercial banks.

- 01131441 การวิเคราะห์หลักทรัพย์ (Securities Analysis) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211
 ขอบเขตของการวิเคราะห์หลักทรัพย์ คุณสมบัติของหลักทรัพย์ ลำดับชั้นของการวิเคราะห์หลักทรัพย์ การคัดเลือกหลักทรัพย์ การคาดคะเนกำไรสุทธิและเงินปันผล ทฤษฎีการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์
 Scope in securities analysis, characteristic of securities, portfolio selection process, selecting optimal portfolio, earnings and dividend estimation, the valuation theory of security.
- 01132111 หลักการจัดการ (Principles of Management) 3(3-0-6)
 แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการ งานการจัดการ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อ การจัดการธุรกิจ จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ทางการ จัดการของผู้จัดการ การตัดสินใจ การวางแผน การจัดการองค์การ การชักนำและการควบคุม
 Concepts and evolution of management. Managerial jobs. Business environment affecting business management. Business ethics and corporate social responsibility. Managerial roles and management functions of managers. Business decision-making, planning, organizing, leading, and controlling.
- 01132142 สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ (Legal Environment of Business) 3(3-0-6)
 ธุรกิจและสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย ความหมาย ที่มา และประเภทของกฎหมาย กระบวนการยุติธรรม การระงับข้อพิพาทโดยศาลและอนุญาโตตุลาการนอกศาล ความรับผิดชอบทางกฎหมายของธุรกิจในด้านต่างๆ
 Business and legal environment, definition, sources and classification of law. The judicial system, dispute settlement by court and arbitrators, legal liabilities of business.
- 01132213 การสื่อสารองค์การ (Organization Communication) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
 ความสำคัญของการสื่อสารในองค์การ แนวคิด หลักการ จริยธรรม ทฤษฎีต่าง ๆ และทักษะที่จำเป็นของการสื่อสารในองค์การ เพื่อให้้องค์การดำเนินอย่างมีประสิทธิภาพ การประยุกต์ทักษะการสื่อสารในการพัฒนาและวางแผน แก้ไขปัญหาของการสื่อสารในองค์การ
 Importance of communication in organization. Concepts, ideas, ethics, theories and skills needed for effective communication in organization. Applying communication skills for planning, developing and solving communication problems in organization.

- 01132221 พฤติกรรมองค์การ 3(3-0-6)
(Organization Behavior)
หลักการจัดการองค์การตามทฤษฎีต่างๆ ลักษณะโครงสร้างขององค์การแบบทางการและไม่เป็นทางการ พฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มการเรียนรู้ การจูงใจ สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับองค์การ การแก้ไขความขัดแย้งในองค์การ การพัฒนาองค์การ
Organization theory and design structure of formal and informal organization. Individual behavior and group perception behavior, motivation process. Environment of organization. The management of conflict in organization. Organization development.
- 01132222 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)
(Human Resource Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
หลักและวิธีการดำเนินงานด้านบุคลากร เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน การเสริมสร้างขวัญและสิ่งจูงใจ การรับสมัคร การคัดเลือก การบรรจุ และแต่งตั้ง การพิจารณาความดีความชอบ ระเบียบวินัย เทคนิค การสัมภาษณ์ หลักวิธีการคิดค่าจ้างค่าตอบแทนสวัสดิการ บริการทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่พนักงาน
The concept of personnel management. The role of recruitment to recruit potential employees. Morale development and motivate employees. To recruit, select and profile employees. Disciplinary, promotion, fringe benefits action. The selection procedure, plans of remunerations involving welfare and physical security.
- 01132231 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business Statistics)
การนำทฤษฎีและวิธีการทางสถิติมาใช้ในทางธุรกิจ การวัดค่ากลาง และการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณช่วงความเชื่อมั่น การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ การพยากรณ์และสถิติอนุกรมเวลา
Statistics theories and methods for business application, central tendency and variation data measurement, probability distribution, sampling distribution, confidence interval estimation, hypothesis testing, Chi-square, analysis of variance, regression and correlation, forecasting and nonparametric statistics.
- 01132243 ธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม 3(3-0-6)
(Business and Social Responsibilities)
บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อสังคม ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อการบริหารธุรกิจ การตอบสนองของธุรกิจต่อความต้องการของสังคม โดยจะมุ่งเน้นถึง

ความรับผิดชอบของธุรกิจที่มีต่อกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ผู้ลงทุน สภาพแวดล้อม และประเทศชาติ

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

- 01132332 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ 3(3-0-6)
(Quantitative Analysis for Decision Making in Business)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132231

บทบาทของการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการแก้ปัญหาทางธุรกิจ แนวคิดและการประยุกต์ใช้โปรแกรมเชิงเส้น การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง เครื่องมือสำหรับการตัดสินใจ แผนการตัดสินใจ ความน่าจะเป็น การวิเคราะห์แถวคอย การวิเคราะห์มาร์คอฟ แบบจำลองการขนส่ง การควบคุมสินค้าคงคลัง การจำลองสถานการณ์และทฤษฎีเกมส์

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

- 01132333 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)
(Management Information Systems)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

การจัดการข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการวางแผนและการตัดสินใจในองค์กร การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรข้อมูล การจัดระบบฐานความรู้ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กระบวนการทางธุรกิจและการออกแบบองค์กรเพื่อการแข่งขันโดยอาศัยการใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีจริยธรรม

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

- 01132334 การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ 3(3-0-6)
(Business System Analysis)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

เทคนิคการวิเคราะห์ และออกแบบระบบงาน การนำระบบงานไปใช้ การวิเคราะห์ระบบงานปัจจุบัน การออกแบบระบบงานคอมพิวเตอร์ การเลือกใช้คอมพิวเตอร์ให้เหมาะสมกับงาน การควบคุมและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ มี การศึกษานอกสถานที่

Techniques in analyzing and designing business system, application of the system, computer system design, selection of computer system suitable for business, control and safety for computer data. Field trip included.

- 01132335 การจัดการโครงการทางธุรกิจ (Business Project Management) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
 การประเมินโครงการทางธุรกิจ ด้านการจัดการ การผลิต การเงิน การตลาด การบุคลากร และคุณค่าทางเศรษฐกิจของโครงการ การคำนวณค่าตอบแทนของโครงการ กฎเกณฑ์การตัดสินใจ วิธีการจัดเตรียมงานโครงการ การศึกษาความเหมาะสมของโครงการทางด้านเทคนิค และสภาพแวดล้อมที่จะอำนวยให้การดำเนินงานโครงการทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 Project evaluation in business concerning management, production, finance, marketing, personnel and economic value of project. Calculation project benefit, decision criteria, project preparation, feasibility study and environmental effect on the project operation.
- 01132342 ระบบภาษีอากรธุรกิจ (Business Tax System) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132142 หรือ 01453111
 ความสำคัญของภาษีอากรต่อการพัฒนาประเทศ หลักการปฏิบัติและวิธีจัดเก็บภาษีอากรที่ดี ความรับผิดชอบทางภาษีอากรของบุคคลและธุรกิจตามประมวลรัษฎากร ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิตและภาษีที่จัดเก็บโดยองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น
 Role of taxation on country's development. Principles and effective tax practices, tax liability of individuals and businesses under the revenue code, custom tax, excise tax and taxes administered by local government.
- 01132351 ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) 3(3-0-6)
 หลักแนวความคิด วัตถุประสงค์ และภาพรวมของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเน้นการศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
 Concept, objective and overview of business environment affecting international business. Cultural differences. Theories of international trade and economic development, and international business management.
- 01132413 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) 3(3-0-6)
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134211 และ 01131211 หรือ 01132314
 กลยุทธ์และนโยบายทางธุรกิจ การวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ในทรรศนะของผู้จัดการ เพื่อใช้ในการวางแผนการดำเนินงานให้บรรลุถึงเป้าหมายของธุรกิจ
 Business strategy, policy and problem analysis by managerial level for business operating plan implementation.

- 01132461 **ความเป็นผู้ประกอบการ** 3(3-0-6)
(Entrepreneurship)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
 ธรรมชาติของผู้ประกอบการ กระบวนการประกอบการในบริบทต่างๆ ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งกิจการใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ
 Nature of entrepreneurs, Entrepreneurial process in various contexts, issues surrounding new venture creation, innovative creation, entrepreneurial skill development.
- 01132471 **การจัดการองค์การเพื่อการเรียนรู้** 3(3-0-6)
(Management of Learning Organization)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
 ความหมายและความสำคัญขององค์การเพื่อการเรียนรู้ กระบวนการพัฒนาองค์การเพื่อการเรียนรู้ กระบวนการแสวงหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงาน ลักษณะเฉพาะที่บ่งชี้ระดับของการเป็นองค์การเพื่อการเรียนรู้ ค่านิยมทางวัฒนธรรม คำมั่นของผู้บริหารและการให้อำนาจ การสื่อสาร การถ่ายโอนองค์ความรู้ ลักษณะเฉพาะของพนักงาน และการยกระดับผลการปฏิบัติงาน
 Meaning and importance of learning organization. The development processes of learning organization: knowledge acquisition, knowledge sharing and knowledge utilization. The characteristics that indicate the level of learning organization: cultural values, leadership commitment and empowerment, communication, knowledge transfer, employee characteristics and performance improvement.
- 01133211 **การจัดการการผลิต** 3(3-0-6)
(Operations Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
 หลักการเบื้องต้นของการจัดการการผลิต ความรู้พื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทของกระบวนการผลิตและแผนผัง ความรู้เบื้องต้นในการจัดการกำลังการผลิต ความสำคัญของทำเลที่ตั้ง การดำเนินงานระบบผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง และการจัดการคุณภาพ
 Basic principles of operations management, introduction to product design, classification of process and layout, introduction to capacity management, importance of location, operating operation, managing inventory and managing quality.

- 01133341 การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น 3(3-0-6)
(Introduction to Technology Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
แนวคิด และความเข้าใจพื้นฐานของการจัดการเทคโนโลยี การวางแผน การจัดระบบ การจัดสรรทรัพยากร กลยุทธ์ของการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มสมรรถนะและความสามารถขององค์กร
Concepts and introduction to technology management, plan, organization, resources allocation, and technological strategy to increases competency and capability.
- 01133415 กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ 3(3-0-6)
(Operations Strategy)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211
บทบาทของกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิเคราะห์อุตสาหกรรม การกำหนดรูปแบบกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการที่เหมาะสมสำหรับองค์กรและการพัฒนาสมรรถภาพของระบบปฏิบัติการ
Role of operations strategy for competitive advantage; industry analysis, formulation of appropriate organization and operations strategy, and development of operations system capabilities.
- 01133427 การจัดการสายการบิน 3(3-0-6)
(Airline Management)
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111
กระบวนการตัดสินใจในการจัดการสายการบิน สายการบินกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบธุรกิจ ต้นทุนการดำเนินงานและประสิทธิภาพ การพัฒนาฝูงบิน เส้นทาง และตารางบิน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี แนวคิดการจัดการรายได้ การจัดจำหน่ายและการปฏิบัติการการบิน การจัดการความจงรักภักดีและความสัมพันธ์กับผู้โดยสาร ความท้าทายในการจัดการสายการบิน มีการศึกษานอกสถานที่
Airline management decision processes. Airlines and the environment. Business models, operating costs and efficiency. Fleet, route and schedule development. Product innovations and technologies. Revenue management concepts. Distribution and operations. Passenger loyalty and relationship management. Airline management challenges. Field trip required.

3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน
3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว
เมื่อวันที่ 31 ต.ค. 2564
โดยระบบ CHECO
ผลงานวิชาการ

ลำดับ ที่	ชื่อ - นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง
1	นางชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิก* รองศาสตราจารย์ ศ.บ. (การเงินระหว่างประเทศและการ คลัง) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527 บธ.ม. (การตลาด) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529 31004	งานแต่งเรียบเรียง MC&IMC กลยุทธ์สื่อสารการตลาด, 2556 งานวิจัย 1. โครงการกำหนดแผนกลยุทธ์การสร้างบุคลิกภาพของ องค์กร สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิ สารสนเทศ (องค์การมหาชน), 2559 2. โครงการสำรวจความพึงพอใจของฝ่ายธุรกิจบริการและ คุณภาพไฟฟ้า การไฟฟ้านครหลวง ประจำปี 2559 3. โครงการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของ ประเทศไทย ของสำนักงานสนับสนุนกองทุนวิจัย (สกว.), 2558 (ผู้ร่วมวิจัย) 4. โครงการออกแบบเครื่องมือการสำรวจการรับรู้ของแบ รด์ กฟภ., 2556 5. โครงการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย, 2556 (ผู้วิจัยร่วม) 7. Key Account Management Implementation Industrial Market. 2558. 8. Value Creation Through Customer Relationship Management. Poster, IJAS, Boston. 2558 9. Competitive Strategies of Major Automtive Lbricant Business in Bangkok. 2558	01134111 01134351 01134353 01134498	01134111 01134351 01134353 01134498
2	นางณัฐกัญย์ ชินนรานันท์* อาจารย์ กศ.บ. (ธุรกิจศึกษาด้านการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2541 บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543 314010	งานแต่งเรียบเรียง 1. การส่งเสริมการขาย, 2557 2. เศรษฐศาสตร์เพื่อการดำเนินชีวิตที่ดี หัวข้อ การตลาด ฉบับปรับปรุง 2556 งานวิจัย Brand Equity and Product Loyalty of Samsung mobile phone of Bangkok consumer. 2558	01134111 01134212 01134315 01134355 01134490 01134498	01134111 01134212 01134315 01134325 01134355 01134490 01134492 01134498
3	นางดาวรุ่ง โอยเดช* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วท.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2526 บธ.ม. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530 3102002	งานแต่งเรียบเรียง เศรษฐศาสตร์เพื่อการดำเนินชีวิตที่ดี. การตลาดฉบับ ปรับปรุง, 2556 งานวิจัย The Inter-relationships Model of Social Network Participation, Brand Trust and Brand Commitment: A Case of Hotel Facebook Marketing in Bangkok. 2558	01134111 01134312 01134412 01134490 01134497 01134498	01134111 01134312 01134412 01134490 01134492 01134497 01134498

*อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ(สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง
4	นางสาวประพิมพ์พรณ ลิมสุวรรณ์* อาจารย์ วท.บ. (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการ อาหาร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545 M.Sc. (Food Industry Management) Imperial College, University of London, UK., 2546 ปร.ด. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551 3500900	งานวิจัย 1. เปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าของสมาร์ตโฟนไอโฟน トラ แอปเปิลและสมาร์ตโฟน รุ่นกาแล็กซี่ トラซัมซุง ที่มีผลต่อ ทัศนคติ. 2558 2. การศึกษารูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบใหม่ (Modern Trade) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. 2558 3. ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ความงามยี่ห้อลันโคม (LANCOME). 2558 4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อสภาวะในความเป็นจริงและการรับรู้ ความเสี่ยงของการออมด้วยการลงทุน. 2556 5. Identifying the Relationship between Parents' Motivation and Initial Trust of Children's Items in the Social Media Networking Context. 2559	01134111 01134331 01134431 01134432 01134498	01134111 01134323 01134331 01134332 01134431 01134432 01134492 01134498
5	นางสาวศิริรัตน์ โกศการิกา* อาจารย์ BB.A. (International Business Administration) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2547 M.Sc. (E-Commerce Management), University of London, UK, 2547. Ph.D. (Marketing) University of London, 2554 3229900	งานแต่งและเรียบเรียง 1. การจัดการการส่งออกและนำเข้า 2558 2. Adding Value for Marketing and Sales Activities: A Theoretical Model. 2558 3. Global Marketing Logistics with Collaborative Commerce: Opportunities and Limitations. 2556 งานวิจัย 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความภักดีต่อ ตราสินค้า ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิต ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร". 2558 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการร้าน Pet Cafe". 2558 3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการ คุณค่าตราสินค้า และความตั้งใจซื้อของ คลินิกความงามในกรุงเทพมหานคร". 2557 4. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า ความชื่นชอบ ตราสินค้า และความตั้งใจซื้อครีมบำรุงผิวผู้ชายของกลุ่ม ผู้ชายเมโทรเช็ทวอลในกรุงเทพมหานคร". 2557 5. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาด คุณค่าตราสินค้า และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ชนิดเม็ดของผู้บริโภคหญิงในกรุงเทพมหานคร". 2557	01134111 01134423 01134498	01134111 01134322 01134333 01134356 01134421 01134423 01134498

*อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ(สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง
6	นายศุภชาติ เอี่ยมรัตน์กุล* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วศ.ม. (วิศวกรรมไฟฟ้า) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540 M.S. (Engineering and Technology Management) Portland State University ,USA., 2545 M.S. (Electrical and Computer Engineering) Portland State University ,USA., 2545 Ph.D. (Management) สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย, 2557 3100500	งานแต่งและเรียบเรียง หลักการตลาด, 2557 งานวิจัย 1. New Product Development Projects: What Strategy Should We Use?, 2558 2. Modelling the Macro-Environmental Factors of International Distribution", 2558 3. International Trade: A Case of KONE Corporation, the 4th International Business Management Research Conference (IBMRC), 2557 4. Handling Shelf Space with Optimal EOQ Model.The 12th SARD Workshop "Challenging Issues in Asian Retail Internationalization: Focusing on Primary Industries in the Emerging Markets", 2557 5. Strategic Management of New Product Development Projects. Portland International Conference on Management of Engineering & Technology, 2557 6. Global Positioning Systems: An Evolving Technology, 2557 7. Indicators of Best Practices in Technology Product Development Projects: Prioritizing Critical Success Factors,. International Journal of Managing Projects in Business, 2557. 8. A Framework of the Innovation System: A Case of Thailand. International Journal of Economic Policy in Emerging Economies, 2557 9. An EOQ Model with Consideration of Second- Trip In-Store Replenishment, 2556 10. Managing New Product Development Project", 2556	01134111 01134322 01134342 01134413 01134442 01134498	01134111 01134321 01134341 01134342 01134411 01134413 01134432 01134442 01134491 01134492 01134497 01134498

*อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ(สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภางานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง
7	นายทรงพร หาญสันติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ B.B.A. (Marketing) Deakin University, Australia, 2542 M.B.A. (International Trade) Victoria University, Australia, 2544 Ph.D. (Business of Administration) Victoria University, Australia, 2548 3129901	งานแต่งเรียบเรียง การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมและการ จัดการที่พักทางเลือก, 2558 งานวิจัย 1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลและตัวกลางในการวัดผลกระทบในการ กำกับดูแลที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างมิติของความพึง พอใจในงาน และความพึงพอใจโดยรวม : กรณีศึกษา ผู้บริหารระดับกลางในประเทศไทย, 2559 2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ของ บุคคลในเรื่องหลอดประหยัด ไฟฟ้า LED ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร, 2559 3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดและทัศนคติที่มีต่อเครื่องนุ่งห่มภายใต้ตราสินค้า เม็ค (Mc) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล, 2559 4. Marketing Channel of Rice Productions in Thailand, The 7th International Conference on Business and Economics, 2559 5. The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Technique for Market Planning, 2559.	01134111 01134341 01134411 01134498	01134111 01134333 01134341 01134411 01134492 01134498
8	นางธีรรัตน์ วรพิเชฐ อาจารย์ บธ.บ. (การตลาด) เกียรตินิยมอันดับ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539 M.B.A. (Marketing) University of Illinois at Chicago, USA., 2544 Ph.D. (International Business) สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย, 2550 3100601	งานแต่งเรียบเรียง การจัดซื้อ, 2558 งานวิจัย ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลิตภัณฑ์อิมพอร์ตและ แนวการใช้การตลาดผู้ประกอบการ, 2558	01134111 01134311 01134314 01134490 01134491 01134498	01134111 01134311 01134314 01134490 01134491 01134492 01134498
9	นายธงชัย ศรีวรรณะ อาจารย์ ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536 M.S. (Finance) Seattle University, USA., 2540 Ph.D. (Business Administration) Louisiana State University, USA., 2549 310061	งานวิจัย 1. อิทธิพลของความสอดคล้องของภาพลักษณ์ตัวตน แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และการสื่อสารแบบปากสู่ปากที่มี ต่อระดับการเป็นแฟนทีมกีฬาพันธ์แท้, 2015 2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นแฟนกีฬาพันธ์แท้ งานวิจัยเชิง ประจักษ์สำหรับแฟนทีมกีฬาฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก, 2557 3. แนวคิดเชิงลึกของกรรมการบริษัทหับช้อนสำหรับบริษัท มหาชนไทย", 2557	01134111 01134324 01134498	01134111 01134324 01134356 01134492 01134498

*อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ(สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง
10	นายไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย อาจารย์ บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2535 Diploma in Business Studies BusinessUniversity of Kent, UK, 2537 Diploma in Management and Business Administration Business Administration, Exeter College, UK., 2536 Ph.D. (Marketing Management) Manchester Business School, UK., 2541 318980C	งานวิจัย 1. สำนวจความพึงพอใจในการให้บริการบนทางพิเศษของ การทางพิเศษแห่งประเทศไทย 2559. 2. ที่ปรึกษาสำวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของการ ประปานครหลวง ประจำปีงบประมาณ 2559 3. ที่ปรึกษาเพื่อศึกษาการปรับโครงสร้างองค์กรซึ่งตวงวัด ตามมาตรฐานซึ่งตวงวัดสากล กรมการค้าภายใน 2559 4. การศึกษาศักยภาพของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงความ หลากหลายทางชีวภาพ ของจังหวัดกระบี่ 2559 5. การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของ ประเทศไทย 2558 6. Purchasing Management Index (PMI) 2559.	01134111 01134321 01134323 01134421 01134490 01134498	01134111 01134321 01134323 01134325 01134490 01134492 01134498
11	นางยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ รองศาสตราจารย์ วท.บ. (เทคโนโลยีทางอาหารและชีวภาพ) เกียรตินิยมอันดับ 2 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525 พ.บ.ม. (การตลาด) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2529 3102001	งานแต่งเรียบเรียง การตลาดบริการ, 2556 งานวิจัย 1. ที่ศนคติของลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้ บริการของโรงแรมสี่เฌียว 2558 2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความภักดีในการบริโภค อาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” 2557 3. การตอบสนองต่อโฆษณาแฝงในมิวสิควีดีโอของเยาวชน ในกรุงเทพมหานคร” 2555 4. Adding Value for Marketing and Sales Activities: A Theoretical Model, 2558 5. Thai Bank Marketing Strategy: The road the wards ASEAN Economic Community, 2558	01134111 01134354 01134422 01134498	01134111 01134354 01134422 01134492 01134498

3.2.2 อาจารย์ผู้สอน

ไม่มี

3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ(สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ.ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภาะงานสอนใน หลักสูตรปรับปรุง
1	นางสาวพริญา เล็กกำพร วท.บ. (ชีววิทยา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542 บธ.ม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2546 D.B.A (Marketing) Monash University, Australia, 2551 310200:	งานวิจัย The relationship between Consumer Decision Making Style on Purchase Involvement: The case of choosing a restaurant for hosting dinner., 2558.	01134212
2	นายองอาจ ปะวะวานิช รองศาสตราจารย์ ศศ.บ. (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2511 พณ.ม. (การตลาด) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2517 310220C	งานแต่งเรียบเรียง การโฆษณา, 2556 การส่งเสริมการขาย, 2557	01134355

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา) (ถ้ามี)

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

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ผู้เรียนสามารถนำความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการตลาดไปใช้ในการปฏิบัติงาน โดยเกิดการเรียนรู้การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยในการวิเคราะห์และทำงานในองค์กร มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย สามารถปรับตัวภายใต้หลักคิดที่มีจริยธรรม การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นในองค์กร และสังคม อีกทั้งกล้าแสดงออกในการสร้างสรรค์และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

4.2 ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

1 ภาคการศึกษา

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

หลักสูตรกำหนดให้นิสิตทำโครงการในรายวิชา 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 01134497 สัมมนา และ 01134498 ปัญหาพิเศษ

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

กรอบโครงการในรายวิชา และประเด็นการจัดสัมมนาเป็นองค์ความรู้วิชาการด้านการตลาดที่เน้นความทันสมัยและเป็นที่น่าสนใจในช่วงเวลานั้น โดยให้เกิดการเรียนรู้และมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน ที่ให้ผู้นักเรียนได้ฝึกปฏิบัติในชั้นปี 4

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

ผู้เรียนประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการตลาดไปใช้ในการทำโครงการที่ได้รับมอบหมาย รู้จักนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อการสืบค้นแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อการวิเคราะห์งานโครงการ มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีศิลปะ ภายใต้หลักคิดการทำงานเป็นทีม และมีการแสดงออกในทางสร้างสรรค์

5.3 ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

5.4 จำนวนหน่วยกิต

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

5.5 การเตรียมการ

มีการบรรยายทบทวนทฤษฎีและสถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยทางการตลาด จากนั้นให้มีการจัดทำข้อเสนอโครงการในรายวิชาโดยเน้นให้รายวิชา 01134491 และ 01134498 เป็นการทำงานโครงการรายบุคคลหัวข้อที่จะนำมาเสนออาจารย์ที่รับผิดชอบรายวิชาจะเน้นประเด็นที่มีความทันสมัย เป็นที่น่าสนใจในขณะนั้น หากได้รับการอนุมัติหัวข้อ จะสามารถนำไปดำเนินการโดยมีการมอบหมายอาจารย์ที่ปรึกษาในสัดส่วนพอๆ กัน และให้ผู้เรียนติดตามงานของตนและเสนอความก้าวหน้าตามกรอบเวลาและรูปแบบเล่มตามวิทยานิพนธ์ ในส่วนของวิชา 01134497 สัมมนา จะเน้นให้นิสิตเปิดโลกทัศน์ด้วยการเข้าดูงานบริษัทชั้นนำ และมีการปฏิบัติงานจัดสัมมนาจริงแบบมืออาชีพ ประชุมการหาประเด็นหรือหัวข้อสัมมนาที่มีความสนใจในช่วงเวลานั้นด้วยวิทยากรที่มีชื่อเสียง

5.6 กระบวนการประเมิน

ในการประเมินจะแบ่งประเด็นของการประเมินเป็นส่วนของเนื้อหาสาระในด้านคุณธรรมและจริยธรรมที่เน้นความเป็นผลงานใหม่ไม่ลอกเลียนและแอบอ้างงานผู้อื่น และด้านความรู้ในด้านความคิดสร้างสรรค์ ความสอดคล้องของเนื้อหา การอ้างอิง การเรียบเรียง และความเชื่อถือได้ทางวิชาการ และในการประเมินในส่วนของ การวิเคราะห์เพื่อการวัดผลทางปัญญา รวมถึงกำหนดเกณฑ์ความรับผิดชอบในงานทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม กำหนดเกณฑ์เพื่อประเมินทางทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึง ความถูกต้องในการใช้ภาษา โดยการกำหนดเกณฑ์ต่างๆ ผู้สอนจะชี้แจงและอธิบายหลักเกณฑ์ดังกล่าวในรายละเอียดทุกด้านเพื่อความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน และติดตามให้ส่งโครงการ หรือดำเนินงานตามกรอบเวลาที่ ได้รับมอบหมายอย่างมีวินัยด้านเวลา

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนิสิต

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

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) มีความสามารถในการจัดการปัญหาโดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น 2) สำนึกดี สามัคคี มีวินัย และมีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ ต่อสังคม เคารพกฎระเบียบ	- จัดกิจกรรมกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ในช่วงปฐมนิเทศและปัจฉิมนิเทศ - ทุกรายวิชามีการสอดแทรกตัวอย่างปัญหาและแนวทางในการแก้ปัญหา ด้านคุณธรรม จริยธรรม ในประเด็นทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง - การเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์ - การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม - การสอนแบบอภิปรายจากกรณีตัวอย่าง	- ให้นิสิตประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนและหลังการเรียน - การประเมินโดยอาจารย์ผู้สอนจากการสังเกต พฤติกรรม การแสดงออกของนิสิต - การให้ผู้บัณฑิตเป็นผู้ประเมินผลด้านคุณธรรม จริยธรรม ของบัณฑิต

2.2 ด้านความรู้

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

2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) สามารถนำความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง และเหมาะสม 2) สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ	<ul style="list-style-type: none"> - การแนะนำและฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์จากโจทย์ที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากตามระดับการเรียนรู้ - การมอบหมายงานเพื่อฝึกฝนทักษะการแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษาและโจทย์ปัญหา หรือสถานการณ์จำลอง - การเรียนการสอนในวิชาปัญหาพิเศษ ที่จะช่วยพัฒนาทักษะทางปัญญาด้วยการบูรณาการความรู้ที่เรียนมาทั้งหมดมาใช้ในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ - กำหนดโจทย์ปัญหาและให้นักเรียนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและช่วยกันแก้ไขปัญหา 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลงานการสร้างสรรค กิจกรรม - การสอบข้อเขียนจากโจทย์ที่ต้องใช้ทักษะทางปัญญา - การประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา - การประเมินจากผู้ใช้บัณฑิต

2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

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

2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

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

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทางปัญญา		4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ		5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	
	1	2	1	1	2	1	2	1	2
01134111	●	●	●	●	○		○	●	
01134212	●	○	●	○	○	●	●	○	●
01134311	●	○	●	●		●	●	●	●
01134312	●	○	●	○	●	○	●	●	●
01134314	●	●	●	●	●	●	●	○	●
01134315	●	●	●	●	●	●	●	○	●
01134321	●	●	●	●	●	●	●	○	●
01134322	●	○	●	●	●	●	●	○	●
01134323	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134324	●	○	●	●	○	●	○	○	●
01134325	●	●	●	●	○	●			●
01134331	●	○	●	●	●	●	●	●	●
01134332	●	○	●	●	●	●	●	●	●
01134333	●	○	●	●	●	●	●	○	●
01134341	●	●	●	●	●	●	●	○	●
01134342	●	●	●	●	○	●	○	○	●
01134351	●	●	●	●	●	○	●		●
01134353	●	●	●	○	○	●	●		●
01134354	●	●	●	○	●	●	●	○	●
01134355	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134356	●	●	●	○	●	○	●	○	●
01134411	●	●	●	○	●	●	●	○	●
01134412	●	●	●	●		○	●	●	○
01134413	●	●	●	●	○	●	○	●	●
01134421	●	●	●	●	●	○	●	○	●
01134422	●	●	●		●	●	●		●
01134423	●	●	●	○	○	●	●	○	●
01134431	●	●	●		●	●	●		○
01134432	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01134442	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134490	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134491	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134492	●	●	●	●	●	●	●	●	●

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทางปัญญา		4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	
	1	2	1	1	2	1	2	1	2
01134497	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134498	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01101181	●	●	●	○	●	○	●	●	●
01101182	●	●	●	○	●	○	●	●	●
01130112	●		●	○	●	○	●	●	●
01130171	●	●	●		●	○	●	●	●
01130172	●	●	●		●	○	●	●	●
01130211	●		●		●	○	●	●	●
01131211	●	●	●		●	○	●	●	●
01131212	●	●	●		●	○	●	●	●
01131312	●	●	●		●	○	●	●	●
01131315	●	●	●		●	○	●	●	●
01131316	●		●		●	○	○	●	○
01131321	●		●	●	●	●	●	●	○
01131411	●		●	○	●	●		●	
01132111	○		●	●	●	●	●	●	●
01132142		●	●	○	●	●	○	○	●
01132213	●		●	●	○	●	●	●	
01132221	○	●	●	●	●	●	●	●	●
01132222	●		●	●	●	●	●	●	●
01132231		●	●	●	●		●	●	
01132243	●	●	●	●		○	●	●	
01132332		●	●	○	●	●	●	○	●
01132333		●	●	●	●	●	●	●	
01132334	●		●	●	●	●	●	●	●
01132335	●	○	●	●	○	●	●	●	○
01132342	●	○	●		●	●	○	●	○
01132351	●		●	●	●	●	●	●	●
01132413	●	○	●	●	●	○	●	●	●
01132461	●	○	●	●	●	●	●	○	●
01132471	●	●	●	●	●	●	●	●	
01133211	●	●	●	○	●	○	●	○	●
01133242	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01133312	●	●	●	●	●	●	●	○	●
01133313	●	●	●	●		●		○	●
01133314	●	●	●	●	●	●	●	○	○

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทางปัญญา		4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	
	1	2	1	1	2	1	2	1	2
01133315	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01133317	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01133323	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01133341	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01133415	●	●	●	●		●		●	○
01133427	●	●	●	●	○	●	○	●	●

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิต

2.1 การทวนสอบระดับรายวิชาขณะนิสิตยังไม่สำเร็จการศึกษา

- แต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

- คณะกรรมการตรวจสอบความเหมาะสมของวิธีการ เครื่องมือที่ใช้ประเมินผลการเรียน ที่สอดคล้องกับที่กำหนดในรายละเอียดของรายวิชา

- ทวนสอบจากการประเมินผลการเรียนการสอนของนิสิตและผู้สอน

- คัดเลือกรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา โดยคณะกรรมการดูผลการเรียน การสัมภาษณ์นิสิต

2.2 การทวนสอบระดับหลักสูตร หลังจากนิสิตสำเร็จการศึกษา

- ทวนสอบจากการสำรวจภาวะการทำงานทำของบัณฑิต

- การประเมินโดยผู้ใช้บัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน

- การวิพากษ์หลักสูตรจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 อาจารย์ใหม่ได้รับการปฐมนิเทศเบื้องต้นจากมหาวิทยาลัย ส่วนในระดับภาควิชาอาจารย์ใหม่จะได้รับการปฐมนิเทศโดยหัวหน้าภาควิชาพร้อมกับอาจารย์ประจำหลักสูตรซึ่งเป็นผู้ให้คำแนะนำ

1.2 อาจารย์ใหม่จะได้รับการแนะนำหลักสูตรและบทบาทรายวิชาที่สอนจากอาจารย์ประจำหลักสูตรของภาควิชา

1.3 อาจารย์ใหม่จะได้รับผิดชอบในรายวิชาพื้นฐานและรายวิชาที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญทั้งนี้จะต้องจัดทำ มคอ.3 สำหรับรายวิชาที่ตนรับผิดชอบ โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ และหรือจากอาจารย์ผู้ มีประสบการณ์ในรายวิชานั้นมาก่อน

1.4 อาจารย์พิเศษ ต้องมีหนังสือเชิญเพื่อเป็นอาจารย์พิเศษสำหรับการบรรยายโดยระบุ หัวข้อบรรยาย ที่ สอดคล้องกับเนื้อหาในรายวิชา โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชานั้นเป็นผู้เสนอชื่ออาจารย์พิเศษต่อหัวหน้าภาค เพื่อเสนอคณะคณบดีอนุมัติ และได้อธิบายถึงรายละเอียดการเรียนการสอนใน มคอ.3 ให้แก่อาจารย์พิเศษด้วย

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- ภาควิชามีการจัดสัมมนาอาจารย์ประจำภาควิชาฯ ทุกปี ๆ ละ 1-2 ครั้ง เพื่อร่วมกันพัฒนาทักษะการ จัดการเรียนการสอน เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในชั้นเรียน และวิธีการแก้ไขปัญหาในการเรียนการสอน ตลอดจนงานร่วมกันหรือเกี่ยวกับการวัดและการประเมินผลสำหรับรายวิชาที่มีอาจารย์ผู้สอนร่วมหลายคน

- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสอนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น โปรแกรม Edufarm และโปรแกรมสนับสนุนการสอนอื่น ๆ

- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมโครงการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการเรียนการสอน การ วัดผลและการประเมินผลที่จัดโดยคณะฯ และมหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอก

- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนใน การเข้าร่วมอบรม สัมมนาวิชาการในสาขาที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศให้แก่คณาจารย์ทุกท่าน

- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนการทำวิจัย การเขียนตำราวิชาการ เอกสารประกอบการ สอน

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

- การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ โดยสนับสนุนให้ อาจารย์เข้าอบรมเรื่องการเขียนบทความเชิงวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและระดับนานาชาติ

- การมอบหมายให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการประกวดแข่งขันของนิสิตเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์ อาจารย์ในโลกธุรกิจ

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร**

1. การกำกับมาตรฐาน

1.1 ในระดับมหาวิทยาลัย การดำเนินการหลักสูตรต้องเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีของ กระทรวงศึกษาธิการ

1.2 ในระดับคณะ คณบดีแต่งตั้งอาจารย์ประจำที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรเป็น ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับ ปริญญาตรีของกระทรวงศึกษาธิการ โดยมีคณะกรรมการการศึกษาของคณะฯ เป็นผู้กำกับติดตามและให้ ความเห็นข้อแนะนำเกี่ยวกับการบริหารหลักสูตรโดยเฉพาะในประเด็นการกำกับมาตรฐาน ตามองค์ประกอบที่ 1 ของการประกันคุณภาพภายใน ระดับหลักสูตร

1.3 ในระดับหลักสูตร ประธานหลักสูตร และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกันในการบริหารหลักสูตร ให้เป็นไปตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

2. บัณฑิต

หลักสูตรกำหนดคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ซึ่งครอบคลุมผลการเรียนรู้ 5 ด้านคือ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งในแต่ละปีการศึกษาจะ จัดให้มีการประเมินคุณภาพบัณฑิตตามคุณลักษณะดังกล่าวโดยผู้ใช้บัณฑิต ดำเนินการสำรวจภาวะการมี การทำ หรือประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิตปริญญาตรี

3. นิสิต

การรับนิสิต รับนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติที่มีทักษะการใช้ภาษาไทยได้ดีตามแผนการรับนิสิตที่กำหนดไว้ โดยมีคุณสมบัติของผู้สมัครเป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมีกระบวนการรับนิสิตใหม่ เป็นไปตามข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเมื่อรับนิสิตใหม่แล้ว หลักสูตรได้มีการเตรียมความพร้อมด้วยการจัดปฐมนิเทศในระดับหลักสูตรโดยเชิญคณาจารย์ของภาควิชาทุกท่านให้อธิบายและแนะนำทาง วิชาการแก่นิสิตใหม่ อธิบายถึงการจัดการที่ได้ดำเนินการในการให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการแก่นิสิต รวมถึง ตารางการทำงานของอาจารย์และการแนะนำแผนการเรียนในหลักสูตร การเลือกและวางแผนสำหรับอาชีพ มี ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาของมหาวิทยาลัย อาจารย์ทุกท่านมีนิสิตที่ปรึกษาอยู่ในความรับผิดชอบ และระบบติดตาม การลงทะเบียนของนิสิตในที่ปรึกษา และได้แสดงตารางการทำงานของอาจารย์ ตลอดจนเวลาสำหรับการเข้าพบ ของนิสิตที่ปรึกษาและช่องทางการติดต่ออาจารย์ที่ปรึกษาไว้อย่างชัดเจน

- ภาควิชาจัดให้มีกิจกรรมอาจารย์พบนิสิตที่ปรึกษาปีการศึกษาละ 2 ครั้ง (ภาคต้นและภาคปลาย)

การพัฒนาศักยภาพนิสิตและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้แก่กิจกรรมด้านพัฒนา ทักษะวิชาชีพ กิจกรรมพัฒนาบุคลิกภาพ กิจกรรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมการสร้างเครือข่าย ระหว่างสถาบันในต่างประเทศ การเปิดโอกาสให้นิสิตมีอิสระเสรีในการเลือกทำกิจกรรมที่เหมาะสม

ทุนการศึกษา

1. ทุนศาสตราจารย์สังเวียน
2. ทุนสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย
3. ทุนนิสิตช่วยงาน

4. อาจารย์

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมีกระบวนการรับอาจารย์ใหม่และแต่งตั้งอาจารย์ประจำ หลักสูตร ดังนี้

การรับอาจารย์ใหม่

1. อาจารย์ใหม่ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

ภาควิชาการตลาด มีการบริหารอัตรากำลังของอาจารย์ประจำด้วยการวางแผนจัดสรรกำลังคน ควบคู่กับกำหนดเวลาการเกษียณอายุราชการ เพื่อหาบุคลากรทดแทนได้ทันเวลาที่ ก่อนที่จะประกาศรับสมัคร อาจารย์ใหม่นั้น ภาควิชาจัดประชุมเพื่อกำหนดคุณสมบัติให้ตรงตามเกณฑ์มาตรฐานของหลักสูตรกล่าวคือ มี คุณวุฒิระดับปริญญาเอกในสาขาวิชาการตลาด หรือสาขาวิชาบริหารธุรกิจ มีผลงานวิจัยและการตีพิมพ์ วารสารวิชาการด้านการตลาดหรือที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อกำหนดที่สำคัญในการคัดเลือก ทำการประกาศการรับสมัคร ผ่านไปยังเว็บไซต์ของคณะฯ และมหาวิทยาลัย และวิธีการสรรหา คัดเลือกอาจารย์โดยคณะกรรมการสรรหาและ คัดเลือกอาจารย์ใหม่ มีหัวหน้าภาควิชา อาจารย์ประจำ ประธานหลักสูตร และคณบดีเป็นที่ปรึกษา วิธีการ คัดเลือก คือการสอบสัมภาษณ์และให้สอบการสอน รวมถึงการพิจารณาผลงานวิจัย การตีพิมพ์ผลงานวิชาการ ผล

การทดสอบภาษาอังกฤษ (ถ้ามี) และการทดสอบจิตวิทยาโดยมหาวิทยาลัย การตัดสินใจคะแนนเสียงส่วนใหญ่เป็นที่สุด เมื่อได้รับการพิจารณาแล้ว จึงดำเนินการบรรจุโดยกองการเจ้าหน้าที่ และทดลองปฏิบัติงานตามระเบียบของมหาวิทยาลัย ขณะนี้ กำลังอยู่ในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาคัดเลือก

อาจารย์ใหม่ ได้รับการปฐมนิเทศเบื้องต้นจากมหาวิทยาลัย ส่วนในระดับภาควิชาอาจารย์ใหม่ได้รับการปฐมนิเทศอย่างไม่เป็นทางการ โดยหัวหน้าภาควิชา ซึ่งเป็นผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเรียนการสอน การแนะนำอาจารย์และเจ้าหน้าที่ในภาควิชา

อาจารย์ใหม่ได้รับการแนะนำหลักสูตรและบทบาทรายวิชาที่สอนจากอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ใหม่ ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในรายวิชาพื้นฐานและรายวิชาที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ ทั้งนี้จะต้องจัดทำ มคอ. 3 สำหรับรายวิชาที่ตนรับผิดชอบ โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ประจำหลักสูตร และหรือจากอาจารย์ผู้ที่มีประสบการณ์ในรายวิชานั้นมาก่อน

ภาควิชาจะกำหนดอาจารย์พี่เลี้ยงสำหรับอาจารย์ใหม่ เพื่อดูแลให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ ทั้งงานวิชาการ งานบริหาร งานเอกสาร และชีวิตความเป็นอยู่ในภาควิชาและคณะฯ

2. อาจารย์ใหม่ประจำหลักสูตร

การแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรมีกระบวนการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร ดังนี้

- ภาควิชาฯ ร่วมกับหลักสูตร ประชุมพิจารณาคัดเลือกอาจารย์ประจำภาควิชาจำนวน 5 คน เพื่อแต่งตั้งเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตร โดยพิจารณาจากคุณสมบัติ ตำแหน่งทางวิชาการ ผลงานวิจัยและวิชาการ ประสิทธิภาพ

- จัดทำแผนภูมิอาจารย์ประจำหลักสูตร

- เสนอการเปลี่ยนแปลงอาจารย์ประจำหลักสูตรตามแบบ สมอ.08 และ อจ.มก.

- อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมร่วมกัน เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับโครงสร้างหลักสูตร รายวิชา ตัวอย่างแผนการเรียน การจัดทำ มคอ.3 /5/7 แก่อาจารย์ใหม่ มอบหมายอาจารย์พี่เลี้ยง 1 คน เพื่อให้คำแนะนำดูแลอาจารย์ใหม่ประจำหลักสูตร

ระบบการบริหารอาจารย์ใหม่

ภาควิชามีการกำหนด ภาระงาน/การทำหน้าที่อาจารย์ประจำหลักสูตร การสอนรายวิชา พื้นฐานและรายวิชาในหลักสูตร สายงานวิจัย และแนะนำอาจารย์ที่สอนในรายวิชาต่าง ๆ หากอาจารย์ใหม่สนใจเป็นผู้สอนร่วม อาจารย์ประจำทำหน้าที่ให้คำปรึกษา

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

มีระบบส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ ให้มีความก้าวหน้าทางด้านวิชาการ

- ภาควิชา มีการจัดสัมมนาอาจารย์ประจำภาควิชาฯ ทุกปี ๆ ละ 1-2 ครั้ง

- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนใน การเข้าร่วมอบรม สัมมนาวิชาการในสาขาที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศให้แก่คณาจารย์ทุกท่าน

- มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนสนับสนุนการทำวิจัย การเขียนตำราวิชาการ เอกสารประกอบการสอน ในรอบปีที่ผ่านมา มีอาจารย์ขอสนับสนุนทุนในการไปนำเสนอผลงานวิชาการ และตีพิมพ์ผลงาน

- สำหรับอาจารย์ประจำหลักสูตร สนับสนุนให้เข้ารับการอบรมด้านการประกันคุณภาพหลักสูตร การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา หลักสูตรผู้ประเมิน ฯลฯ

- การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ
 - การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตและเผยแพร่ผลงานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ
 - การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การสอนระหว่างอาจารย์ที่มีผลการสอนดีเด่น เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ให้แก่อาจารย์ท่านอื่น ๆ ในแต่ละภาคการศึกษา
 - การมอบหมายให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการประกวดแข่งขันของนิสิตเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์อาจารย์ในโลกธุรกิจ

การเตรียมการสำหรับอาจารย์ประจำหลักสูตรใหม่

ภาควิชาการตลาด มีการเตรียมการสำหรับอาจารย์ประจำหลักสูตรใหม่ดังนี้

- 1) จัดหาเอกสารที่เกี่ยวข้องข้องด้านการเรียนการสอน เช่น รายละเอียดหลักสูตร กฎระเบียบ/ข้อปฏิบัติทางการศึกษา คู่มือนิสิต คู่มืออาจารย์ที่ปรึกษา ระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จรรยาบรรณาจารย์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 2) ประชุมนิเทศอาจารย์ใหม่ ตามที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดขึ้น เพื่อให้ทราบถึงบทบาท หน้าที่ ภาระงาน และเส้นทางการพัฒนาตนเอง
- 3) อาจารย์เข้าอบรมในหลักสูตรอาจารย์ใหม่ที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น ภาควิชาและหลักสูตรสนับสนุนให้อาจารย์ใหม่ เข้าร่วมโครงการอบรมต่าง ๆ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ ความรับผิดชอบ การจัดการเรียนการสอน วิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การวิจัยในชั้นเรียน การวัดผลและประเมินผล การใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสอน และการจัดทำประมวลการสอน
- 4) ภาควิชากำหนดภาระงานที่ชัดเจนในด้านการสอนและการวิจัย โดยหัวหน้าภาคและประธานหลักสูตรให้คำแนะนำ และติดตามการทำงาน หลักสูตรกำหนดความรับผิดชอบในงานบริหารหลักสูตรให้แก่อาจารย์ใหม่ด้วย

การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสอนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมโครงการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผลที่จัดโดยคณะฯ และมหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอก
- อาจารย์ประจำหลักสูตรได้รับเชิญเป็นวิทยากรบรรยายให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้งยังได้รับเชิญเป็นผู้ประเมินหลักสูตรให้แก่สถาบันการศึกษาภายนอกด้วย

5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

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

ในการจัดการเรียนการสอน ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกับภาควิชากำหนดผู้สอนในรายวิชาต่างๆ ตามความเชี่ยวชาญชำนาญ รวมถึงการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หรือการศึกษาค้นคว้าอิสระ ซึ่งจะแต่งตั้งตามความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับหัวข้อวิทยานิพนธ์หรือการศึกษาค้นคว้าอิสระ และจะทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่นิสิตในที่ปรึกษาตั้งแต่การพัฒนาหัวข้อจนถึงการทำวิทยานิพนธ์หรือการศึกษาค้นคว้าอิสระ การสอบป้องกัน และการเผยแพร่ผลงานวิจัยจนสำเร็จการศึกษา

หลักสูตรมีการประเมินผู้เรียนในรายวิชาต่างๆ จากผลคะแนนและพฤติกรรมอันสะท้อนมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ของรายวิชานั้นๆ และประเมินผู้เรียนในภาพรวมจากการประเมินวิทยานิพนธ์หรือการศึกษาค้นคว้าอิสระ

นอกจากนี้หลักสูตรยังมีการกำกับให้มีการดำเนินการตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้หลักสำหรับนิสิตที่ศึกษาในหลักสูตรได้แก่ สำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ซึ่งมีความพร้อมในการให้บริการตำรา เอกสารสิ่งพิมพ์ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ สื่อและระบบสารสนเทศต่างๆ ซึ่งนิสิตสามารถสืบค้นและศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเองได้ นอกจากนี้ยังสามารถใช้บริการจากห้องสมุดพิทยาลงกรณ์ ซึ่งเป็นห้องสมุดของคณะบริหารธุรกิจและคณะเศรษฐศาสตร์ได้อีกด้วย พร้อมทั้งระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

เพื่อให้สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีเพียงพอและเหมาะสมกับการใช้งาน ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะประสานงานกับสำนักหอสมุดในการจัดหาตำรา หนังสืออ้างอิงที่เกี่ยวข้องเพื่อบริการให้แก่อาจารย์และนิสิตได้ค้นคว้าและใช้ประกอบการเรียนการสอนโดยให้อาจารย์ผู้สอนมีส่วนในการเสนอแนะรายชื่อหนังสือ ตำรา วารสารสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ โดยมีการจัดสรรงบประมาณและแผนงบประมาณเพื่อจัดซื้อทรัพยากรการเรียนสอนเพิ่มเติม ทั้งนี้จะมีการสอบถามอาจารย์ถึงความต้องการการจัดซื้อตำรา หนังสืออ้างอิง เอกสารการสอนอื่นๆ รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ก่อนเปิดภาคเรียนในแต่ละภาคการศึกษา

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีการศึกษา				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการวางแผน ติดตาม และทบทวน การดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X
2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติหรือ มาตรฐานคุณวุฒิสาขา/ สาขาวิชา (ถ้ามี)	X	X	X	X	X
3. มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อน การเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอน ให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปี การศึกษา	X	X	X	X	X
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ.3 และ มคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	X	X	X	X	X
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จาก ผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว ซึ่งได้รับความเห็นชอบจาก คณะกรรมการประจำคณะให้ดำเนินการ	X	X	X	X	X
8. อาจารย์ ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศ โดยเฉพาะเป้าประสงค์ของ หลักสูตรหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	X	X	X	X	X

ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีการศึกษา				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่สอน หรือเทคนิคการเรียนการสอน อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	X	X	X	X	X
10. บุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอนทุกคน ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ให้กับนิสิต (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือ วิชาชีพ ภายใต้ความรับผิดชอบของส่วนงานต้นสังกัด และมีการนำผลไปปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	X	X	X	X	X
11. ระดับความพึงพอใจของนิสิตปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพการบริหารหลักสูตรโดยรวมเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จาก คะแนนเต็ม 5.0	X*	X*	X*	X	X
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0	X*	X*	X*	X*	X

* เป็นการประเมินตัวชี้วัดต่อเนื่องจากหลักสูตรเล่มก่อนหน้า

หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

1) จัดให้มีการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรร่วมกับอาจารย์ผู้สอนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการและกลยุทธ์การสอนเพื่อพัฒนาการเรียนรู้นักศึกษาด้านต่างๆ เป็นประจำภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง

2) จัดประชุมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตรหรือวิธีการสอน เพื่อปรับปรุงเทคนิควิธีการสอนให้มีประสิทธิภาพ

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

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

1) ให้นิสิตทำการประเมินการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา ภาคการศึกษาละ 2 ครั้ง

2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือหัวหน้าภาควิชาสังเกตการณ์การเรียนการสอนของอาจารย์

3) การทดสอบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในหลักสูตรโดยเทียบเคียงกับนักศึกษาของสถาบันอื่นในหลักสูตรเดียวกัน

4) การจัดอันดับเกี่ยวกับกระบวนการในการพัฒนาความรู้และทักษะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดที่นิสิตต้องการ

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

กระบวนการที่ใช้เพื่อจะได้ข้อมูลต่างๆย้อนกลับในการประเมินคุณภาพของหลักสูตรในภาพรวมและการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังจากกลุ่มบุคคล ดังนี้

1) นักศึกษาและบัณฑิต ทำการสำรวจข้อมูลจากนิสิตปีสุดท้ายและนิสิตเก่า

2) ผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือผู้ประเมินภายนอกเป็นผู้ให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะ

3) สำรวจข้อมูลจากผู้ใช้บัณฑิตและ/หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

ประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปี ตามตัวบ่งชี้ในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยคณาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและคณะกรรมการประเมินคุณภาพภายในระดับภาควิชา

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

4.1 รวบรวมข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการประเมินของบุคคลทั้ง 3 กลุ่มตามข้อ 2

4.2 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในแง่ของข้อดี ข้อเสีย โอกาสและอุปสรรค ของการดำเนินงานหลักสูตร โดยผู้บริหารหลักสูตร หัวหน้าภาควิชา ร่วมกับคณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง

4.3 เสนอแนวทางและแผนการพัฒนาปรับปรุง และบรรจุแผนการปรับปรุงหลักสูตรไว้ในยุทธศาสตร์การบริหารงานของภาควิชา

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี
สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาเขตบางเขน

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

1. รหัสวิชา 01134325 3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดการท่องเที่ยว
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Tourism Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้
 - () หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....
 - (✓) หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
 - () วิชาเฉพาะบังคับ
 - (✓) วิชาเฉพาะเลือก
 - () หมวดวิชาเลือกเสรี
 - () วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 22 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

เนื่องจากอุตสาหกรรมภาคบริการมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำเงินตราเข้าสู่ประเทศ ที่ต้องอาศัยการวางแผนการตลาดที่ดี มีความรู้ความเข้าใจในด้านแนวคิด หลักการและนำไปประยุกต์ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวได้

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

ทฤษฎี แนวคิดทางการตลาดและการประยุกต์ใช้ ภายใต้บริบทของการการท่องเที่ยวและองค์กรด้านการท่องเที่ยว กระบวนการการตลาดการท่องเที่ยวและลักษณะเฉพาะของการตลาดการท่องเที่ยว การวิจัยการตลาด การท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แผนการตลาดการท่องเที่ยว กรณีศึกษา

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

8.* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี
สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาเขตบางเขน

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

1. รหัสวิชา 01134332 3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Strategic Product Management

2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาการระดับปริญญาตรี ดังนี้
 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....
 หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
 วิชาเฉพาะบังคับ
 วิชาเฉพาะเลือก
 หมวดวิชาเลือกเสรี
 วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....

3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)

4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี

5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 22 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560

6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

ผลิตภัณฑ์เป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญในส่วนประสมการตลาด ผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยแรกที่จะแสดงว่าธุรกิจมีความพร้อมที่จะประกอบกิจการได้ กิจการนั้น จะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย บวกกับความพึงพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ของผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น การวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ช่วยพัฒนาอนาคต แนวโน้มและทิศทางของบริษัทที่ยั่งยืน โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ การศึกษากลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ ช่วยวางแผนเกี่ยวกับการตลาด การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น และการพัฒนาการค้นหากิจกรรมใหม่ ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การตั้งราคา การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการ ตั้งเป้าหมายในทางการตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุง หรือนำมาทดแทนผลิตภัณฑ์เดิม สามารถรักษาหรือเพิ่มยอดขาย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

แนวคิดในการวางแผน และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อวางแผนกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ

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

8.* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่

ระดับปริญญาตรี

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาเขตบางเขน

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

1. รหัสวิชา 01134333 3(3-0-6)

ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา

ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing for Luxury Products

2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้

 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ..... หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด วิชาเฉพาะบังคับ วิชาเฉพาะเลือก หมวดวิชาเลือกเสรี วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....

3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)

4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี

5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 22 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560

6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดนั้นมีหลากหลาย สำหรับผลิตภัณฑ์หรูหรานั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพราะส่วนใหญ่มักเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากต่างประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยนั้นมีความหลากหลายแต่ยังมีจำนวนน้อยที่เป็นผลิตภัณฑ์หรูหรา ดังนั้นหากสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยให้มีความหรูหราและกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เหล่านี้ อาจนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันและความทัดเทียมกับนานาประเทศ

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา สภาพแวดล้อมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา การวิเคราะห์ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หรูหรา ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา พัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา

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

8.* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

แบบเสนอขอเปิดรายวิชาใหม่
ระดับปริญญาตรี
สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาเขตบางเขน

จำนวนหน่วยกิต (ชม.ปฏิบัติการ)

1. รหัสวิชา 01134492 3
- ชื่อวิชาภาษาไทย ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด
- ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Field Experience in Marketing
2. รายวิชาที่ขอเปิดอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้
- หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....
- หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- วิชาเฉพาะบังคับ
- วิชาเฉพาะเลือก
- หมวดวิชาเลือกเสรี
- วิชาบริการสำหรับหลักสูตร..... สาขาวิชา.....
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 22 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560
6. วัตถุประสงค์ในการเปิดรายวิชา

เพื่อให้เป็นวิชาที่นิสิตได้บูรณาการความรู้ที่ได้ศึกษามาทั้งหมดประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน จะเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ตรง ทำงานเป็นทีม เป็นการเตรียมความพร้อมและปรับตัวให้สามารถทำงานได้จริงเมื่อสำเร็จการศึกษา ภายใต้การดูแลของพนักงานที่เลี้ยงจากสถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษา

7. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานติดต่อกันไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงาน

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

8.* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

แบบเสนอขอปรับปรุงรายวิชา
ระดับปริญญาตรี
สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาเขตบางเขน

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

1. รหัสวิชา 01134322 3(3-0-6)
ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดดิจิทัล
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Digital Marketing
2. รายวิชาที่ขอปรับปรุงอยู่ในหมวดวิชาระดับปริญญาตรี ดังนี้
 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....
 หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
 วิชาเฉพาะบังคับ
 วิชาเฉพาะเลือก
 หมวดวิชาเลือกเสรี
 วิชาบริการสำหรับหลักสูตร สาขาวิชา
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 22 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560
6. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหามีความทันสมัย และครอบคลุมมากขึ้น ทั้งในด้านแนวคิด หลักการ วิธีการทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล ตลอดจนการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือและเลือกสื่อที่ผสมผสานกันอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น และให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติในการใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลผ่านกิจกรรมจริง

7. ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงรายวิชา

รายวิชาเดิม	รายวิชาปรับปรุง	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
01134322 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6) Electronics Marketing วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี คำอธิบายรายวิชา (Course Description) การวางแผนและกลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ กลยุทธ์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการ กำหนดตำแหน่งทางการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา และการจัดจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต การสื่อสาร การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์	134322 การตลาดดิจิทัล 3(3-0-6) Digital Marketing วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี คำอธิบายรายวิชา (Course Description) ปรัชญา แนวคิด และความสำคัญของ การตลาดดิจิทัล สภาพแวดล้อมสำหรับตลาดดิจิทัล การกำหนดส่วนแบ่งตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งสำหรับตลาดดิจิทัล การ วิเคราะห์ลูกค้า การสร้างสรรค์หลักและการมีส่วนร่วม ร่วมเพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล การจัดการชื่อเสียง ในสังคมเครือข่ายเพื่อสร้างความยั่งยืนของตรา ผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา	เปลี่ยนชื่อวิชา ปรับปรุงคำอธิบาย รายวิชา

<p>Planning and strategy for electronic marketing. The strategy of analysis environment, consumer behavior, market segmentation, market targeting and market positioning. Managing product, price and distribution on internet. Electronic marketing communication and customer relationship management.</p>	<p>Philosophy, concept and important of digital marketing, digital marketing environment. Digital marketing segmentation, targeting and positioning. Customer analysis, creating contents and engagement for communicating via digital media. Managing brand reputation within social network for sustainable brand. Case study.</p>	
--	--	--

8.* อาจารย์ผู้สอน

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 3 ข้อ 3.2

9.* แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายละเอียดตามที่ปรากฏในหมวดที่ 4 ข้อ 3

แบบเสนอขอปรับปรุงรายวิชา
ระดับปริญญาตรี
สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาเขตบางเขน

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

1. รหัสวิชา 01134355 3(2-2-5)
ชื่อวิชาภาษาไทย การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sales Promotion and Event Marketing
2. รายวิชาที่ขอปรับปรุงอยู่ในหมวดวิชาการระดับปริญญาตรี ดังนี้
 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ.....
 หมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
 วิชาเฉพาะบังคับ
 วิชาเฉพาะเลือก
 หมวดวิชาเลือกเสรี
 วิชาบริการสำหรับหลักสูตร สาขาวิชา
3. วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
4. วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
5. วันที่จัดทำรายวิชา วันที่ 22 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560
6. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา
 เพื่อให้เนื้อหามีความทันสมัย และครอบคลุมมากขึ้น ทั้งในด้านแนวคิด หลักการ วิธีการส่งเสริมการขาย และการตลาดเชิงกิจกรรม ตลอดจนการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือและเลือกสื่อที่ผสมผสานกันอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น และให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติในการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรมจริง
7. ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงรายวิชา

รายวิชาเดิม	รายวิชาปรับปรุง	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
01134355 การส่งเสริมการขาย Sales Promotion	01134355 การส่งเสริมการขายและ การตลาดกิจกรรม Sales Promotion and Event Marketing	เปลี่ยนชื่อวิชา
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี คำอธิบายรายวิชา (Course Description) ลักษณะและวิวัฒนาการทางการค้าปลีก สถาบัน การค้าปลีก การจัดการด้านการค้าปลีก การเลือกทำเล ที่ตั้ง การจัดองค์การ การจัดงานบุคคล การจัดการ	วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน 01134111 วิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี คำอธิบายรายวิชา (Course Description) ความหมาย ความสำคัญ และวัตถุประสงค์การส่งเสริม การขายและการตลาดกิจกรรม แนวคิด หลักการ วิธีการ ส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม การวางแผนและการ	ปรับปรุง คำอธิบายรายวิชา

รายวิชาเดิม	รายวิชาปรับปรุง	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง
<p>สินค้า การตั้งราคา วิธีการส่งเสริมการขายของกิจการค้าปลีก และการให้บริการต่าง ๆ ตลอดทั้งระบบการควบคุมด้านการเงินและแนวโน้มของการค้าปลีกในอนาคต</p> <p>Characteristic and revolution of retailing. Retailing institutions. Retailing management. Location. Organizational management. Personnel management. Merchandising management. Price setting. Promotion methods and retailing services. Controlling system and trend of retailing business.</p>	<p>กำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือ และการเลือกสื่อที่ผสมผสานอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับเครื่องมือทางการตลาดอื่น การฝึกปฏิบัติ</p> <p>Definition, importance and objectives of sales promotion and events marketing. Concepts, principles, methods of sales promotion and event marketing. Planning and defining effective strategies by analyzing situations. Defining objectives, creating tools and selecting media that meet and match with other marketing tools. Practice is required.</p>	

เอกสารแนบท้าย

รหัสวิชา 01134325
ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดการท่องเที่ยว
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Tourism Marketing

จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย-ชม.ปฏิบัติการ-ชม.ศึกษาด้วยตนเอง)
3(3-0-6)

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. ทฤษฎีแนวคิด และการประยุกต์ใช้การตลาดการท่องเที่ยว	6
2. ลักษณะของการท่องเที่ยวและการตลาด	3
3. กระบวนการการตลาดการท่องเที่ยว	3
4. การวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว	6
5. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	3
6. การจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยว การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม การแบ่งส่วน ตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งของธุรกิจ การ กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว	15
7. การวิเคราะห์กรณีศึกษา	6
8. การนำเสนอแผนการตลาดการท่องเที่ยว	3
	<u>45</u>

รหัสวิชา 01134332
 ชื่อวิชาภาษาไทย การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Strategic Product Management

3(3-0-6)

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. แนวคิดผลิตภัณฑ์	6
2. ตราสินค้าและการวางตำแหน่ง	6
3. การวิเคราะห์ข้อบ่งชี้ผลิตภัณฑ์	6
4. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	6
5. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	9
6. การพัฒนาและวางแผนผลิตภัณฑ์ (แตกย่อยออกมาอีก)	<u>12</u>
	<u>45</u>

รหัสวิชา 01134333
 ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing for Luxury Products

3(3-0-6)

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	จำนวนชั่วโมง บรรยาย
1. แนะนำตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
2. ตลาดผลิตภัณฑ์หรูหราในโลกปัจจุบัน	3
3. สภาพแวดล้อมของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
4. การวิเคราะห์ลูกค้าในตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
5. การกำหนดส่วนแบ่งตลาดสำหรับตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
6. การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
7. การจัดการด้านตราของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
8. การจัดการด้านราคาของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
9. การจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
10. การจัดการด้านการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อแบบดั้งเดิมของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
11. การจัดการด้านการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
12. การจัดการด้านชื่อเสียงของตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
13. กระบวนการให้บริการสำหรับตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3
14. การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหราระดับโลก	3
15. นำเสนองานกลุ่ม	3
	<u>45</u>

รหัสวิชา 01134492
ชื่อวิชาภาษาไทย ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด
ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Field Experience in Marketing

จำนวนหน่วยกิต (ชม.ปฏิบัติการ)

3

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)

ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด

จำนวนชั่วโมงฝึกประสบการณ์

200

รหัสวิชา 01134322
 ชื่อวิชาภาษาไทย การตลาดดิจิทัล
 ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Digital Marketing

3(3-0-6)

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	จำนวนชั่วโมง
1.ความสำคัญของตลาดดิจิทัล	3
2.ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิม และการตลาดดิจิทัล	3
3. สภาพแวดล้อมสำหรับตลาดดิจิทัล	3
4. การกำหนดส่วนแบ่งตลาด การวางกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งสำหรับตลาดดิจิทัล	3
5. การศึกษาและวิเคราะห์ลูกค้าในตลาดดิจิทัล	3
6. การจัดการด้านผลิตภัณฑ์สำหรับการตลาดดิจิทัล	3
7. การจัดการด้านตราสำหรับการตลาดดิจิทัล	3
8. การจัดการด้านราคาสำหรับการตลาดดิจิทัล	3
9. การจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับการตลาดดิจิทัล	3
10. การจัดการด้านการสื่อสารการตลาดสำหรับการตลาดดิจิทัล	3
11. การสร้างคอนเทนต์เพื่อการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์	3
12. การสร้าง engagement ในการสื่อสารออนไลน์	3
13. การใช้เครื่องมือในการทำการตลาดดิจิทัล	3
14. การจัดการชื่อเสียงในโลกออนไลน์เพื่อสร้างความยั่งยืนของตรา	3
15. นำเสนองานกลุ่ม	3
	<u>45</u>

รหัสวิชา 01134355

3(2-2-5)

ชื่อวิชาภาษาไทย การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม

ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Sales Promotion and Event Marketing

เค้าโครงรายวิชา

เค้าโครงรายวิชา (Course Outline)	จำนวนชั่วโมงบรรยาย
1. ความหมายและบทบาทของการส่งเสริมการขาย	3
2. พฤติกรรมผู้บริโภคกับการส่งเสริมการขาย	3
3. การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค	6
4. การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	3
5. การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย	3
6. ความหมายและบทบาทของการตลาดกิจกรรม	3
7. การวางแผนการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	6
8. สิ่งแวดล้อม จรรยาบรรณ แนวโน้ม ปัญหาและข้อเสนอแนะของการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3
9. การนำเสนอแผนการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	15
	<u>45</u>

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ประจำหลักสูตร

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์พิเศษ

อาจารย์ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล 2557. หลักการตลาด. แสงดาว:กรุงเทพฯ.

2. ผลงานวิจัย

- S. lamratanakul, Y. Badir, S. Siengthai, and V. Sukhotu. 2014. Indicators of Best Practices in Technology Product Development Projects: Prioritizing Critical Success Factors. International Journal of Managing Projects in Business, vol. 7, no. 4,
- S. lamratanakul. 2014. A Framework of the Innovation System: A Case of Thailand. International Journal of Economic Policy in Emerging Economies, vol. 7, no. 2, pp. 111-124.
- S. lamratanakul, M. Sorakraikitikul, S. Siengthai, and N. J. Dimmitt. 2010. The Relationship of Perceived Human Resource Management Practices on Employees' Performance. International Journal of Business Strategy, vol. 10, no. 2; pp. 44-55.
- S. iamratanakul. 2015. New Product Development Projects: What Strategy Should We Use?. The 6th International Conference on Business and Economics, St.Petersburge, Russia.
- S. iamratanakul. 2015. Modelling the Macro-Environmental Factors of International Distribution. MakeLearn and TIIM Joint International Conference, Bari Republic of Italy.
- S. iamratanakul. 2014. International Trade: A Case of KONE Corporation. The 4th International Business Management Research Conference (IBMRC), Chaing Mai, Thailand.

- S. iamratanakul. 2014. Handling Shelf Space with Optimal EOQ Model”, The 12th SARD Workshop Challenging Issues in Asian Retail Internationalization: Focusing on Primary Industries in the Emerging Markets, Bangkok, Thailand.
- S. iamratanakul. 2014. Strategic Management of New Product Development Projects. Portland International Conference on Management of Engineering & Technology, Kanazawa, Japan. (Indexed in Scopus, IEEE database).
- S. iamratanakul. 2014. Global Positioning Systems: An Evolving Technology. The 5th International Conference on Business and Economics, Madrid, Spain.
- Vatcharapol Sukhotu, Supachart iamratanakul. 2013. An EOQ Model with Consideration of Second-Trip In-Store Replenishment. The IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management, Bangkok, Thailand.
- S. iamratanakul. 2013. Managing New Product Development Project. Technology Innovation and Industrial Management Conference (TIIM 2013), Phuket, Thailand.

3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร
 อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ

อาจารย์ศิริรัตน์ โกศการิกา

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

ศิริรัตน์ โกศการิกา. 2558. การจัดการการส่งออกและนำเข้า. ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Kosakarika Sirirat, Vannavanit Yupawan, 2558. "Adding Value for Marketing and Sales Activities: A Theoretical Model". Proceedings, The 6th International Conference on Business and Economics, Saint Petersburg, Russia.

Kosakarika Sirirat. 2556. "Global Marketing Logistics with Collaborative Commerce: Opportunities and Limitations." Proceedings, The 4th International Conference on Business and Economics. Reykjavik, Island.

2. ผลงานวิจัย

กมลทิพย์ สีสัย, ศิริรัตน์ โกศการิกา และ ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล. 2558. "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความภักดีต่อตราสินค้า ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิต ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร". การประชุมวิชาการเครือข่ายงานวิจัย สาขาการบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 7, กรุงเทพมหานคร.

ชญาณิช ปฏิเวธธรรม, ศิริรัตน์ โกศการิกา และ ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล. 2558. "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน Pet Cafe". การประชุมวิชาการเครือข่ายงานวิจัย สาขาการบริหาร เทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 7, กรุงเทพมหานคร.

กมลพรรณ โกฏิก้างพลู, ศิริรัตน์ โกศการิกา และ ไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย. 2557. "การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณค่าตราสินค้า และความตั้งใจซื้อของลูกค้าความงามใน กรุงเทพมหานคร". การประชุมวิชาการระดับชาติ สาขาการบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 2, กรุงเทพมหานคร.

ภารดี ขางประยูร, ศิริรัตน์ โกศการิกา และ ไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย. 2557. "ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตรา สินค้า ความชื่นชอบตราสินค้า และความตั้งใจซื้อครีมบำรุงผิวผู้ชายของกลุ่มผู้ชายเมโทรเจ็ทใน กรุงเทพมหานคร". การประชุมวิชาการระดับชาติ สาขาการบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 2, กรุงเทพมหานคร.

นทสรวง ภัทรอนุชิตกุล, ศิริรัตน์ โกศการิกา และ ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย. 2557. “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมการตลาด คุณค่าตราสินค้า และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดของผู้บริโภคหญิงในกรุงเทพมหานคร”. การประชุมวิชาการระดับชาติ สาขาการบริหารธุรกิจและการ บัญชี ครั้งที่ 2, กรุงเทพมหานคร.

3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ประจำหลักสูตร

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์พิเศษ

อาจารย์ประพิมพ์พรณ ลิมสุวรรณ

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

2. ผลงานวิจัย

Prapimpan Limsuwan. 2559. Identifying the Relationship between Parents' Motivation and Initial Trust of Children's Items in the Social Media Networking Context. Bangkok 34th International Conference on Business, Economic, Science & Humanities-BESSH-2559.

จุฑาพัชร วัฒนชกิจ ประพิมพ์พรณ ลิมสุวรรณ และทรงพร หาญสันติ. 2558. เปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าของสมาร์ทโฟนไอโฟน ดราแอปเปิ้ลและสมาร์ทโฟน รุนกาแลกซี ตราซัมซุง ที่มีผลต่อทัศนคติ", ประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ , 9 มิถุนายน 2558, บึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

สุธารัตน์ ดอกตาลยงค์ ประพิมพ์พรณ ลิมสุวรรณ, และทรงพร หาญสันติ, 2558. การศึกษารูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบใหม่ (Modern Trade) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. ประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ , 9 มิถุนายน 2558, บึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

ไตรรงค์ วิโรจน์ ประพิมพ์พรณ ลิมสุวรรณ, และทรงพร หาญสันติ. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์ความงามยี่ห้อลันโคม (LANCOME)", การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 5, 3 - 4 กรกฎาคม 2558, อ.เมือง จังหวัดเพชรบุรี

พิชญ์สินี ตะพานวงศ์ ประพิมพ์พรรณ ลิ้มสุวรรณ และทรงพร หาญสันติ. 2556. "ปัจจัยที่ส่งผลต่อสภาวะในความเป็นจริงและการรับรู้ความเสี่ยงของการออมด้วยการลงทุน", การประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 21 - 22 เมษายน 2556, จัดจ้กร กรุงเทพมหานคร.

3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร | <input checked="" type="checkbox"/> อาจารย์ประจำหลักสูตร |
| <input type="checkbox"/> อาจารย์ผู้สอน | <input type="checkbox"/> อาจารย์พิเศษ |

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวรุ่ง ไอยเดช

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

ดาวรุ่ง ไอยเดช. 2556. เศรษฐศาสตร์เพื่อการดำเนินชีวิตที่ดี (เฉพาะบทที่ 9) ฉบับปรับปรุง. ศูนย์วิชาการ
หมวดวิชา ศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

2. ผลงานวิจัย

Paitoon Chetthamrongchai, Daoroong Ayadech, and Surassawadee rajugs.2015. "The Inter-relationships Model of Social Network Participation, Brand Trust and Brand Commitment: A Case of Hotel Facebook Marketing in Bangkok" The 6th International Conference on Business and Economics, 25 - 27 June 2015, St.Petersburge, Russia.

3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ประจำหลักสูตร

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์พิเศษ

รองศาสตราจารย์ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. 2556. MC&IMC กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. ทิปป์ปิงพอยท์ เพรส .:กรุงเทพมหานคร.

2. ผลงานวิจัย

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. “โครงการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าของฝ่ายธุรกิจบริการและคุณภาพไฟฟ้า”
การไฟฟ้านครหลวง, 2559.

โครงการกำหนดแผนกลยุทธ์การสร้างบุคลิกภาพขององค์กร สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและ
ภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน), 2559.

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. “โครงการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย.” ทุนสนับสนุนจาก
สำนักงานสนับสนุนกองทุนการวิจัย (สกว.) (ผู้วิจัยร่วม), 2558.

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. “โครงการออกแบบเครื่องมือสำรวจการรับรู้แบรนด์ กฟภ. ประจำปี 2556.”
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค, 2556.

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. “โครงการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2556.”
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ผู้วิจัยร่วม), 2556.

Chuenjit Changchenkit. 2558. “Key Account Management Implementation in Industrial
Market”. Proceedings, ICBE 6th Russia.

Chuenjit Changchenkit. 2558. “Value Creation Through Customer Relationship
Management”. Poster, IJAS, Boston.

Worawalan Tanesakorn, Chuenjit Changchenkit and Thongchai Sriwattana. Full paper,
Competitive Strategies of Major Automotive Lubricant Business in Bangkok., 2558.

3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร | <input checked="" type="checkbox"/> อาจารย์ประจำหลักสูตร |
| <input type="checkbox"/> อาจารย์ผู้สอน | <input type="checkbox"/> อาจารย์พิเศษ |

อาจารย์ณัฐกันย์ ชินนรานันท์

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

ณัฐกันย์ ชินนรานันท์. 2556. เศรษฐศาสตร์เพื่อการดำเนินชีวิตที่ดี (เฉพาะบทที่ 9) ฉบับปรับปรุง. ศูนย์
วิชาการบูรณาการ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

องอาจ ปทะวานิช และณัฐกันย์ ชินนรานันท์. 2557. การส่งเสริมการขาย. แสงดาว:กรุงเทพฯ.

2. ผลงานวิจัย

Sirirat Kosakarika, Nadhakan Shinnaranantana and Kunawis Suphawanich. 2015. "Brand Equity and
Product Loyalty of Samsung mobile phone of Bangkok consumer", International Journal of
Arts and Sciences, 26 - 30 May 2015, Boston, U.S.A.

3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร
- อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ

รองศาสตราจารย์ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์

1. งานแต่งเรียบเรียง

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. รุ่งแสงการพิมพ์ : สำนักพิมพ์แสงดาว, .2556

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. ศิลปะการขาย. พิมพ์ครั้งที่ 3. จามจุรีโปรดักส์ , 2555.

2. งานวิจัย

ธนวรรณ มงคล, ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. “ทัศนคติของลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้บริการของโรงแรมสีเขียว.” วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี 1 ฉบับที่ 9 ปีที่ ,มกราคม – มิถุนายน (2558 : 37-52.

พัชรินทร์ ไวยลिया, ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความภักดีในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. ปีที่ 8, ฉบับที่ 2 เมษายน – กันยายน (2557 : 49-56.

ทวีทรัพย์ พุทธองค์รักษา, ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, อองอาจ ปทะวานิช. “การตอบสนองต่อโฆษณาแฝงในมิวสิควิดีโอของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. 1 ฉบับที่ 9 ปีที่ ,วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร ” (มกราคม – มิถุนายน (2555 : 66-83.

Yupawan, V. 2015. “Value for Marketing and Sales Activities: A Theoretical Model.” Proceedings, The 6th International Conference on Business and Economics, Saint Petersburg, Russia.

Yupawan, V. 2015. “Thai Bank Marketing Strategy: The road the wards ASEAN Economic Community.” Proceeding, International Business Conference, New York City, USA.

3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

1. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร | <input type="checkbox"/> อาจารย์ประจำหลักสูตร |
| <input checked="" type="checkbox"/> อาจารย์ผู้สอน | <input type="checkbox"/> อาจารย์พิเศษ |

อาจารย์ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

ไม่มี

2. งานวิจัย

ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย. "โครงการจัดทำ Purchasing Management Index (PMI) 2559." สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2559.

ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย. "โครงการสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการบนทางพิเศษ ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย. การทางพิเศษแห่งประเทศไทย, 2559.

ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย. "โครงการจ้างที่ปรึกษาสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของการประปานครหลวง ประจำปีงบประมาณ 2559." การประปานครหลวง, 2559.

ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย. "โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษาการปรับโครงสร้างองค์กรซึ่งตวงวัดตามมาตรฐานซึ่งตวงวัดสากล." กรมการค้าภายใน, กระทรวงพาณิชย์, 2559.

ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย. "การศึกษาศักยภาพของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงความหลากหลายทางชีวภาพของจังหวัดกระบี่." สำนักงานจังหวัดกระบี่, 2559.

ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย. "การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย." 2558.

2. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

3. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร
- อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

ทรงพร หาญสันติ และคณะ. การจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2555.

ทรงพร หาญสันติ และคณะ. การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมและการจัดการที่พักทางเลือก. พิมพ์ครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2558

2. งานวิจัย

รัตน์ทนา สังขพงษ์, ทรงพร หาญสันติ และนาวิณ มีนะกรรม. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลและตัวกลางในการวัดผล กระบวนการกำกับดูแลที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างมิติของความพึงพอใจในงาน และความพึงพอใจโดยรวม:กรณีศึกษาผู้บริหารระดับกลางในประเทศไทย.” วารสารสมาคมนักวิจัย, ปีที่ 21. ฉบับที่ 2. 2559.

วรกร คงโชคชัย, สุธรรม พงศ์สำราญ และทรงพร หาญสันติ. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ของบุคคลในเรื่องหลอดประหยัด ไฟฟ้า LED ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” การประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 4 คณะบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร. 2559.

สร้อยญา งามจิรวีโรจน์, ทรงพร หาญสันติ และปนัดดา อินทร์พรหม. “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีต่อเครื่องนุ่งห่มภายใต้ตราสินค้าแม่ค (Mc) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพมหานคร. 2559.

Songporn, H. 2016. Marketing Channel of Rice Productions in Thailand. The 7th International Conference on Business and Economics (ICBE 2016), Longyearbyen, Norway. 2016.

Songporn, H. 2016. The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Technique for Market Planning, *Journal of Teaching and Education*, Vol.5. Issue 1. 2016.

Songporn, H. 2015. Consumers' Decisions-Making in Purchasing Android Smartphone in Bangkok. The 6th International Conference on Business and Economics (ICBE2015), Russia. 2015.

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร
- อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิเศษ

อาจารย์ธงชัย ศรีวรรณะ

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

ไม่มี

2. ผลงานวิจัย

ธงชัย ศรีวรรณะ. "อิทธิพลของความสอดคล้องของภาพลักษณ์ตัวตน แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และการสื่อสารแบบปากสู่ปาก ที่มีต่อระดับการเป็นแฟนทีมกีฬาพันธ์แท้." The 6th International Conference on Business and Economics, 25 - 28 มิถุนายน 2558, Saint Petersburg สหพันธรัฐรัสเซีย.

ธงชัย ศรีวรรณะ, นาวิณ มีนะกรรม. "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นแฟนกีฬาพันธ์แท้ งานวิจัยเชิงประจักษ์สำหรับแฟนทีมกีฬาฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก." Internal Symposium on Business and Social Science, 22 - 25 กรกฎาคม 2557, Sapporo ญี่ปุ่น.

ธงชัย ศรีวรรณะ. "แนวคิดเชิงลึกของกรรมการบริษัททับซ้อนสำหรับบริษัทมหาชนไทย", The 52nd Kasetsart University Annual Conference, 4 - 7 กุมภาพันธ์ 2557, กรุงเทพมหานคร ราชอาณาจักรไทย.

ธงชัย ศรีวรรณะ, "ผลกระทบของเครือข่ายองค์กรโดยกรรมการทับซ้อนที่มีต่อรายได้และกำไร", The 52nd Kasetsart University Annual Conference, 4 - 7 กุมภาพันธ์ 2557, กรุงเทพมหานคร ราชอาณาจักรไทย.

3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี

แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อาจารย์ประจำหลักสูตร

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์พิเศษ

อาจารย์ธีรรัตน์ วรพิเชฐ

1. ผลงานแต่งหรือเรียบเรียง ตำรา หนังสือหรือบทความทางวิชาการ

ธีรรัตน์ วรพิเชฐ. การจัดซื้อ. ครั้งที่ 1. 2558.

2. ผลงานวิจัย

ธีรรัตน์ วรพิเชฐ. "ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลิตภัณฑ์อ้อมตัวและแนวทางการใช้การตลาด
ผู้ประกอบการ." The 6th International Conference on Business and Economics, 25 - 27
มิถุนายน 2558, Saint Petersburg สหพันธรัฐรัสเซีย. 2558.

3. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

ไม่มี

4. ผลงานวิชาการรับใช้สังคม

ไม่มี



ประกาศคณะบริหารธุรกิจ
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรคณะบริหารธุรกิจ

เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการเร่งรัดการปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นไปตามรอบระยะเวลาที่กำหนด คณะบริหารธุรกิจ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรของคณะบริหารธุรกิจ ดังนี้

๑. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน ประกอบด้วย

๑.๑	รองศาสตราจารย์สุธรรม พงศ์สำราญ		ที่ปรึกษา
๑.๒	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พงศ์สุทัศน์	ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน	ประธานกรรมการ
๑.๓	นายพงษ์ไพบุลย์ เชื้อเมือง	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๑.๔	นายกมลพจน์ เฮงรัมย์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๑.๕	ผู้แทนผู้ร่วมใช้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติสกลนคร		กรรมการ
๑.๖	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาวัฒน์ สิริวัฒน์ธนกุล		กรรมการ
๑.๗	อาจารย์นันทภาพ เพชรทอง		กรรมการและเลขานุการ

๒. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ประกอบด้วย

๒.๑	รองศาสตราจารย์ทองฟู ศิริวงศ์		ที่ปรึกษา
๒.๒	รองศาสตราจารย์อำนาจ อีระวนิช		ที่ปรึกษา
๒.๓	หัวหน้าภาควิชาการจัดการ		ที่ปรึกษา
๒.๔	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิริยา กุลชนะรัตน์	ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ	ประธานกรรมการ
๒.๕	นายสุนันท์ กิรติวัฒน์พิศาล	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๒.๖	นางสาวเพียงมาศ ธนเศียรชูกร	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๒.๗	ผู้แทนผู้ร่วมใช้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิทยาเขตศรีราชา		กรรมการ
๒.๘	ผู้แทนผู้ร่วมใช้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิทยาเขตกำแพงแสน		กรรมการ
๒.๙	ผู้แทนผู้ร่วมใช้หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติสกลนคร		กรรมการ
๒.๑๐	ดร.รพีพร รุ่งสีทอง		กรรมการ
๒.๑๑	อาจารย์พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์		กรรมการและเลขานุการ

๓. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการผลิต ประกอบด้วย

๓.๑	คณบดีคณะบริหารธุรกิจ		ที่ปรึกษา
๓.๒	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรกฎ วิจิตรพงศ์	ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการผลิต	ประธานกรรมการ
๓.๓	รองศาสตราจารย์ ดร.ศากุน บุญอิต	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๓.๔	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิไกร งามศิริจิตต์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๓.๕	ดร.ยอดมณี เทพานนท์	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
๓.๖	ดร.กมลพรรณ แสงมหาชัย	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
๓.๗	ดร.ณัฐพล พันธุ์ภักดิ์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาการจัดการการผลิต	กรรมการ
๓.๘	รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร	อาจารย์ประจำ ภาควิชาการจัดการการผลิต	กรรมการ
๓.๙	ดร.สวัสดิ์ วรรณรัตน์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาการจัดการการผลิต	กรรมการ
๓.๑๐	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริจินต์ วงศ์จารุพรรณ	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการและเลขานุการ

๔. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประกอบด้วย

๔.๑	รองคณบดีฝ่ายวิชาการและพัฒนาคุณภาพการศึกษา		ที่ปรึกษา
๔.๒	รองศาสตราจารย์ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์		ที่ปรึกษา
๔.๓	หัวหน้าภาควิชาการตลาด		ที่ปรึกษา
๔.๔	อาจารย์ณัฐกันย์ ชินนรานันท์	ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด	ประธานกรรมการ
๔.๕	รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลียว วิฑูรปกรณ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๔.๖	เกสซกร.ดร.พิสิฐ อยู่รุ่งโรจน์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๔.๗	รองศาสตราจารย์ชินจิตต์ แจ้เจนกิจ		กรรมการ
๔.๘	ดร.ประทีปพรรณ ลิ้มสุวรรณ		กรรมการ
๔.๙	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวรุ่ง ไอยเดช		กรรมการ
๔.๑๐	ดร.ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล		กรรมการ
๔.๑๑	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กันยารัตน์ สุขะวิธกุล	อาจารย์ประจำหลักสูตรผู้ขอใช้ หลักสูตรร่วมวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร	กรรมการ
๔.๑๒	อาจารย์เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล	อาจารย์ประจำหลักสูตรผู้ขอใช้ หลักสูตรร่วมวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร	กรรมการ
๔.๑๓	อาจารย์รุ่งทิพย์ ไทยสม	อาจารย์ประจำหลักสูตรผู้ขอใช้ หลักสูตรร่วมวิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม	กรรมการ
๔.๑๔	อาจารย์ศุภชัย เขม็อนโพธิ์	อาจารย์ประจำหลักสูตรผู้ขอใช้ หลักสูตรร่วมวิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม	กรรมการ
๔.๑๕	อาจารย์ดำรงค์ ฉาวร	อาจารย์ประจำหลักสูตรผู้ขอใช้ หลักสูตรร่วมวิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม	กรรมการ

๔.๑๖ อาจารย์ทาริกา สระทองคำ	อาจารย์ประจำหลักสูตรผู้ขอใช้ หลักสูตรร่วมวิทยาเขต	กรรมการ
๔.๑๗ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วารุณี ดันติวงศ์วานิช	กำแพงแสน จังหวัดนครปฐม อาจารย์ประจำหลักสูตรผู้ขอใช้ หลักสูตรร่วมวิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี	กรรมการ
๔.๑๘. อาจารย์พันธนนท์ ปลอดภัย	อาจารย์ประจำหลักสูตรผู้ขอใช้ หลักสูตรร่วมวิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี	กรรมการ
๔.๑๙ ดร.ศิริรัตน์ โภศกากริก		กรรมการและเลขานุการ

๕. หลักสูตรบัญชีบัณฑิต ประกอบด้วย

๕.๑ คณบดีคณะบริหารธุรกิจ		ที่ปรึกษา
๕.๒ รองศาสตราจารย์ไพบุลย์ ผจงวงศ์		ประธานกรรมการ
๕.๓ ศาสตราจารย์ ดร.สมฤกษ์ กฤษณามระ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๕.๔ ดร.ปกรณ์ เพ็ญภาคกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๕.๕ ผู้แทนจากสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๕.๖ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมล รอดเพชร		กรรมการ
๕.๗ ดร.จรรยา วิภูภิญโญ		กรรมการ
๕.๘ ดร.สุนีย์รัตน์ วุฒิจินดานนท์		กรรมการ
๕.๙ ดร.สุธาวัลย์ พุกภัยอำไพ		กรรมการ
๕.๑๐ ผู้แทนผู้ร่วมใช้หลักสูตรบัญชีบัณฑิต วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร		กรรมการ
๕.๑๑ ดร.ฉัตรมงคล วงศ์รัฐนันท์		กรรมการและเลขานุการ
๕.๑๒ อาจารย์อุษา วงศ์สอนธรรม		กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๕.๑๓ นางสาววิริยชนา วาหารักษ์		กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

๖. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ประกอบด้วย

๖.๑ คณบดีคณะบริหารธุรกิจ		ที่ปรึกษา
๖.๒ คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติสกลนคร		ที่ปรึกษา
๖.๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หฤทัย นำประเสริฐชัย	รองคณบดีฝ่ายวิชาการ และพัฒนาคุณภาพการศึกษา	ประธานกรรมการ
๖.๔ ศาสตราจารย์สมฤกษ์ กฤษณามระ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๖.๕ ดร.ทรงวุฒิ ไกรภัสสรพงษ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๖.๖ ดร.วุฒิพงษ์ เปรียบจริยวัฒน์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก	กรรมการ
๖.๗ ดร.ณัฐพล พันธุ์ภักดี	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
๖.๘ ดร.นันทวุฒิ ลือมลศิริ	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
๖.๙ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ นนทนาธรณ์	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
๖.๑๐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์หันธิภา ศรีนามเมือง	อาจารย์ประจำหลักสูตร	กรรมการ
๖.๑๑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรางค์ เห็นสว่าง	อาจารย์ผู้แทนสาขาวิชาการเงิน	กรรมการ
๖.๑๒ ดร.อัฐวัฒน์ ลิ้มปัสร์พงษ์	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ

๖.๑๓ ดร.ภนภกร แก้วประภา	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
๖.๑๔ ดร.สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
๖.๑๕ นางศิริวรรณ ภัทรประภาพันธ์	นักวิชาการศึกษานานาชาติพิเศษ	กรรมการและเลขานุการ
๖.๑๖ นางลัดดา ปัญหะภูรีเวท	พนักงานการศึกษา	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

๗. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงินประยุกต์ ประกอบด้วย

๗.๑ คณะบดีคณะบริหารธุรกิจ		ที่ปรึกษา
๗.๒ หัวหน้าภาควิชาการเงิน		ที่ปรึกษา
๗.๓ รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรกิติ นดิเนียม		ประธานกรรมการ
๗.๔ รองศาสตราจารย์เจียมจิตร ขวากร		กรรมการ
๗.๕ รองศาสตราจารย์ปนัดดา อินทร์พรหม		กรรมการ
๗.๖ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรางค์ เห็นสว่าง		กรรมการ
๗.๗ ดร.ณัฐวุฒิ คุ้มมนเถียรชัย		กรรมการ
๗.๘ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ เจนวิทยาโรจน์	ผู้ทรงคุณวุฒิสายวิชาชีพ (CFA)	กรรมการ
๗.๙ นายวรพจน์ เกตุอร่าม	ผู้ทรงคุณวุฒิสายวิชาชีพ (CFP)	กรรมการ
๗.๑๐ นางศิริวรรณ ภัทรประภาพันธ์		กรรมการและเลขานุการ
๗.๑๑ นางสาวปวีรีสา ธีระนังสุ		กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

๘. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย

๘.๑ คณะบดีคณะบริหารธุรกิจ		ที่ปรึกษา
๘.๒ รองศาสตราจารย์ ดร.พิภย์รัตน์ เลหาวิเชียร	อาจารย์ประจำหลักสูตรและ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	ประธานกรรมการ
๘.๓ ผศ. พ.ด.ท. ดร.เกษมสานต์ โชติชาครพันธุ์	ผู้ทรงคุณวุฒิกายนอก	กรรมการ
๘.๔ ดร.สุมาลี สว่าง	ผู้ทรงคุณวุฒิกายนอก	กรรมการ
๘.๕ ดร.สวัสดิ์ วรรณรัตน์	อาจารย์ประจำหลักสูตรและ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
๘.๖ ดร.ศุภฤกษ์ สุขสมาน	อาจารย์ประจำหลักสูตรและ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร	กรรมการ
๘.๗ นางศิริวรรณ ภัทรประภาพันธ์	นักวิชาการศึกษานานาชาติพิเศษ	กรรมการและเลขานุการ

ให้คณะกรรมการ มีหน้าที่ดำเนินการ ดังนี้

๑. วิจัยสถาบันเพื่อการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

๒. ปรับปรุงหลักสูตรคณะบริหารธุรกิจ โดยจัดทำรายละเอียดของหลักสูตร (มคอ.๒) ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๘ เสนอต่อสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่ออนุมัติสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และเสนอสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษารับทราบการให้ความเห็นชอบหลักสูตร ทั้งนี้ให้แล้ว สำหรับใช้กับนิสิตใหม่ ปีการศึกษา ๒๕๖๐ เป็นต้นไป

ทั้งนี้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๖๘ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

(ลายเซ็น)

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล)
คณะบดีคณะบริหารธุรกิจ