

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ ๑๘ ธ.ค. ๒๕๖๒  
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560)  
(หลักสูตรปรับปรุงแบบแยก)  
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ  
วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร



มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

KASETSART UNIVERSITY  
BANGKOK, THAILAND

รหัสหลักสูตร สกอ. (14 หลัก)

25600024000089 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (หลักสูตรปรับปรุงแบบแยก)

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ ๑๘ ธ.ค. ๒๕๖๓  
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560)  
(หลักสูตรปรับปรุงแบบแยก)  
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ  
วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร



## มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หน่วยงาน	คณะ	รหัสอ้างอิงเพื่อการติดตามหลักสูตร	รหัสหลักสูตร	ชื่อหลักสูตร	ระดับการศึกษา	วันที่รับทราบ	ประเภทการดำเนินการ
มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์	คณะ ศิลปศาสตร์ และ วิทยาการ จัดการ	25320021100277_2095_IP	2560002400089	หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขา วิชาการ ตลาด หลักสูตร ปรับปรุง (พ.ศ.2560)	ปริญญาตรี	18/12/2563	ปรับปรุงแบบแยก

ฉบับแก้ไข

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ ๑๘ ธ.ค. ๒๕๖๓  
โดยระบบ CHECO

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

(หลักสูตรปรับปรุงแบบแยก)

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ 5 / 1563

เมื่อวันที่ 25 / พฤษภาคม คศ. 2 2563

อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2563  
รายละเอียดของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560

(หลักสูตรปรับปรุงแบบแยก)

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว

เมื่อวันที่ ๑๘ มี.ค. ๒๕๖๓

โดยระบบ CHECO

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา  
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ภาควิชาการจัดการธุรกิจ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร 2560 00240 00089

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ภาษาอังกฤษ

Bachelor of Business Administration Program in Marketing

สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ 6 / 2560

เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2560

อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม

#### 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 หน่วยกิต

#### 5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ หลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี (ทางวิชาการ)

5.2 ภาษาที่ใช้ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5.3 การรับเข้าศึกษา รับทั้งนิสิตไทยและนิสิตต่างชาติ

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น เป็นหลักสูตรเฉพาะของสถาบัน

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

สถานภาพของหลักสูตร

- หลักสูตรปรับปรุง กำหนดเปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560  
(ทดแทนหลักสูตรใช้ร่วมกับคณะบริหารธุรกิจ คือ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด)
- ปรับปรุงหลักสูตร (แบบแยก) จากหลักสูตร ชื่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- เริ่มใช้มาตั้งแต่ปีการศึกษา 2531
- ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปีการศึกษา 2555

การพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ได้พิจารณากลับกรองโดยคณะกรรมการวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
ในการประชุมครั้งที่ 7/2560 เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2560
- ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
ในการประชุมครั้งที่ 6/2560 เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 และครั้งที่ 5 | 2560  
เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ  
ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2562

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- 8.1 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
- 8.2 เจ้าหน้าที่การตลาด
- 8.3 นักวิเคราะห์ตลาด
- 8.4 เจ้าหน้าที่วางแผนการตลาด
- 8.5 เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ
- 8.6 พนักงานแนะนำสินค้า
- 8.7 พนักงานขาย
- 8.8 เจ้าหน้าที่ค้าส่ง-ค้าปลีก
- 8.9 นักโฆษณา
- 8.10 ที่ปรึกษาทางการตลาด
- 8.11 ครู อาจารย์ด้านการตลาด
- 8.12 นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
- 8.13 นักประชาสัมพันธ์
- 8.14 พนักงานจัดการงานทั่วไป
- 8.15 พนักงานทรัพยากรบุคคล
- 8.16 พนักงานพัฒนาการกีฬา

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ ๑๘ ธ.ค. ๒๕๖๐  
โดยระบบ CHECO

- 8.17 พนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว
- 8.18 นักวิชาการพัฒนาชุมชน
- 8.19 นักวิชาการศึกษา
- 8.20 นักวิชาการอบรมและฝึกวิชาชีพ

9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อันดับ	เลขประจำตัวประชาชน	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ - สกุล	คุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจาก	
						สถาบัน	ปี พ.ศ.
1.	3-1101-	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางกัญยรัตน์ สุขะวณิชกุล	ศศ.บ. บธ.บ. บธ.ม.	ภาษาอังกฤษ การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	2540 2551 2546
2.	1-6699-	อาจารย์	นางสาวจิตพิสุทธิ์ บุปผาพันธ์	B.A.  M.Sc.	Communication Arts (Advertising) International Marketing	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ  Mälardalen University, Sweden	2553  2555
3.	3-4101-	อาจารย์	นางสาวเปรมฤดี จิตรเกื้อกุล	บธ.บ.  บธ.ม. ปร.ด.	การจัดการโรงแรม และท่องเที่ยว การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยขอนแก่น  มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2543  2549 2559
4.	1-4701-	อาจารย์	นางสาวศิริรนา คำทะเนตร	บธ.บ. M.Phil M.Sc.	การตลาด System Dynamics Digital Business	มหาวิทยาลัยแมโจ University of Bergen, Norway Westerdals Oslo school of ACT, Norway	2553 2557 2558
5.	1-4403-	อาจารย์	นางสาวสุพรรณิการ์ สุขพล	บธ.บ. บธ.ม.	การตลาด การตลาด	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	2551 2554

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ ๑๘ มี.ค. ๒๕๖๓  
โดยระบบ CHECO

## 10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

เฉพาะในสถาบัน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

## 11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

### 11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ภายนอกหลายรูปแบบที่สะท้อนและมีผลกระทบต่อการวางแผนหลักสูตรให้สอดคล้องและสามารถสร้างสรรค์และถ่ายทอดความรู้ให้นิสิตนำไปใช้บริหารธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ได้ ซึ่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน ประกอบด้วย

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

11.1.2 การเข้าสู่ประเทศกลุ่มอาเซียน ทำให้เศรษฐกิจมีการเติบโตมากขึ้น การแข่งขันทางการค้าสูงขึ้นทั้งในท้องถิ่นและธุรกิจข้ามชาติ ทำให้ธุรกิจทั้งหลายต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้ ดังนั้นจึงต้องเปิดโอกาสให้นิสิตได้เลือกเรียนกลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศเพิ่มเติม

11.1.3 การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การปฏิวัติยุคดิจิทัลทำให้เกิดยุคของข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ ที่อาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มากขึ้น นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาระบบเครือข่ายทางสังคม เช่น Facebook, Twitter, You-tube, Line เป็นต้น ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาจะต้องนำสิ่งเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้

### 11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

11.2.1 ผู้บริโภคในสังคมปัจจุบันเป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น เป็นผู้ที่มีการศึกษาและแสวงหาความรู้เกี่ยวกับสินค้า และยังมีอำนาจการต่อรองสูงขึ้นอีกด้วยเนื่องจากความสะดวกในการหาข้อมูลและการเปรียบเทียบข้อมูลด้านต่างๆ ของสินค้าที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนั้นผู้บริโภคยุคใหม่สนใจต่อการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น มีการร้องเรียนบริษัทที่ไม่รับผิดชอบหรือเอาเปรียบ อีกทั้งยังสนใจในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทอีกด้วย

11.2.2 การแพร่หลายทางวัฒนธรรมเนื่องจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและความก้าวหน้าของการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีนั้น ส่งผลให้นิสิตมีการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศต่างๆ มากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องเป็นผู้ที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยอันดีงามสู่สายตาประชาคมโลก กล่าวคือ นิสิตได้เรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่หลากหลายขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การศึกษาวัฒนธรรมด้านอื่นๆ ต่อไป จากการชมตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณา การศึกษาตัวสินค้าและการศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์และวางแผนการตลาด

## 12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

### 12.1 การพัฒนาหลักสูตร

ผลกระทบจากการสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ส่งผลต่อการพัฒนาหลักสูตรนี้ โดยเน้นความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการตลาดมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมเครื่องมือทางการตลาด และการประยุกต์ใช้เครื่องมือกับยุคดิจิทัล นอกจากนี้วิชาเฉพาะเลือกยังเน้นหนักในวิชาเลือกของสาขาการตลาด โดย



เรียนวิชาในสาขาวิชาการตลาด 18 หน่วยกิต (6 วิชา) และหรือเลือกเรียนวิชานอกสาขาไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต (1 วิชา) เพื่อเพิ่มความเข้มข้นและทำให้เกิดความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพการตลาดแก่นิสิต และเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในยุค Thailand 4.0 สังคม และวัฒนธรรม เช่น วิชาการตลาดดิจิทัล การฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด เป็นต้น

### 12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

การเปลี่ยนแปลงของสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมนั้น ส่งผลให้ต้องมีการสร้างหลักสูตรให้มีความทันสมัย ตลอดจนการผลิตบัณฑิตที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการที่มุ่งมั่นแสวงหา และพัฒนาความรู้ให้เกิดความเจริญงอกงามทางภูมิปัญญาที่เพียบพร้อมด้วยหลักวิชาการ จริยธรรม และคุณธรรม ตลอดจนเป็นผู้ชี้นำทิศทางการพัฒนาสังคมที่ดีของสังคม เพื่อความคงอยู่ ความเจริญและความเป็นอารยะของชาติ นอกจากนี้ยังมุ่งมั่นให้มีความเป็นเลิศทางวิชาการระดับนานาชาติ มีผลงานเป็นที่ยอมรับของสากล เป็นแกนนำในการระดมภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าแก่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อ ให้ความรู้แก่สังคมไทยอย่างยั่งยืน และประชาชน มีศักยภาพด้านบริหารธุรกิจระดับนานาชาติ โดยมีมนุษยสัมพันธ์ คุณธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นการพัฒนาหลักสูตรนี้จึงต้องพัฒนาความรู้ความสามารถ ตลอดจนการปลูกฝังผู้เรียนให้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคมและประเทศชาติ

### 13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของสถาบัน

#### 13.1 หมวดวิชา/กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตร ที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

- รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
- รายวิชาแกน ได้แก่ 01108181, 01108182, 01130171, 01130172, 01131211, 01132111, 01132142, 01132231, 01132332, 01132342, 01132413 และ 01133211

#### 13.2 หมวดวิชา/กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตร ที่เปิดสอนให้คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

- 03758111 หลักการตลาด

#### 13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรทำหน้าที่วางแผนการจัดการเรียนการสอนของรายวิชาในข้อ 13.1 ร่วมกับคณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการการศึกษาของคณะฯ และอาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชา รวมถึงติดตามและรวบรวมข้อมูลสำหรับการปรับปรุงและพัฒนารายวิชาดังกล่าวให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร โดยกระทำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

## หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

### 1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

#### 1.1 ปรัชญา

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

#### 1.2 ความสำคัญ

ในการดำเนินธุรกิจของทุกองค์กรไม่ว่าภาครัฐหรือภาคเอกชนนั้น การตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย และนำรายได้เข้าสู่องค์กร ดังนั้นหน้าที่ทางการตลาดจึงเป็นหัวใจสำคัญของทุกองค์กร ซึ่งต้องมีการศึกษาติดตามสถานการณ์ สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนการตลาดให้สอดคล้องเหมาะสมต่อองค์กร ดังนั้น การผลิตบัณฑิตสาขาการตลาดจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งที่จะไปตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอาชีพในภาครัฐและเอกชน

#### 1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอาชีพ ซึ่งต้องการบุคลากรที่มีความรอบรู้ทั้งด้านบริหารธุรกิจและด้านการตลาด ที่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะและความสามารถให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

1.3.2 เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการด้านการตลาด ตลอดจนการศึกษา ค้นคว้า วิจัยในสาขาการตลาด และสามารถบูรณาการความรู้กับสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง

### 2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
- การแต่งตั้งคณะกรรมการประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับหลักสูตร เช่น การปรับปรุงหลักสูตร การประชุมกรรมการประจำหลักสูตรในระดับคณะ	- ประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับหลักสูตร เช่น การปรับปรุงหลักสูตร การประชุมกรรมการประจำหลักสูตรในระดับคณะ	- หนังสือแต่งตั้งคณะกรรมการประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับหลักสูตร รายงานการประชุมกรรมการประจำหลักสูตรในระดับคณะ

แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดสัมมนาอาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการธุรกิจ ประจำปี ปีละ 1-2 ครั้ง เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์ของภาควิชาซึ่งรวมถึงแผนพัฒนาหลักสูตรของภาควิชาและการปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลา</li> <li>- การประเมินความคิดเห็น ความต้องการของนิสิตชั้นปีที่ 4 ต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นประจำทุกปี</li> <li>- การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตของหลักสูตร</li> <li>- การจัดทำวิจัยสถาบัน เพื่อรองรับการพัฒนาหลักสูตรตามรอบระยะเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ดำเนินการจัดประชุมอาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการธุรกิจ ประจำปี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์ของภาควิชาซึ่งรวมถึงแผนพัฒนาหลักสูตรของภาควิชา และการปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลา</li> <li>- จัดการประเมินความคิดเห็น ความต้องการของนิสิตชั้นปีที่ 4 ต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด เป็นประจำทุกปีในรายวิชา ระเบียบวิธีวิจัย พื้นฐานทางการตลาด เพื่อให้นิสิตชั้นปีที่ 4 ที่ผ่านการศึกษาวิชาในหลักสูตรเกือบครบทุกวิชาและใกล้จบการศึกษาแล้วได้แสดงความคิดเห็นที่สะท้อนความเป็นจริงเกี่ยวกับหลักสูตรของสาขาวิชา</li> <li>- การดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถให้สอดคล้องกับความต้องการ</li> <li>- การจัดทำวิจัยสถาบัน เพื่อรองรับการพัฒนาหลักสูตรตามรอบระยะเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการสัมมนาอาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการธุรกิจประจำปี</li> <li>- แผนยุทธศาสตร์ภาควิชาการจัดการธุรกิจ แผน 4 ปี (พ.ศ. 2560-2564)</li> <li>- รายงานการประชุมภาควิชาการจัดการธุรกิจที่มีวาระการพิจารณาปรับปรุงหลักสูตร การปรับปรุงรายวิชา การปิด เปิดรายวิชาในหลักสูตร</li> <li>- ประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร</li> <li>- เอกสารงานวิจัยสถาบัน</li> </ul>

### หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

#### 1. ระบบการจัดการศึกษา

##### 1.1 ระบบ

ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

##### 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ไม่มี

##### 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ไม่มี

#### 2. การดำเนินการหลักสูตร

##### 2.1 วัน - เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วัน-เวลาราชการ

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม - เดือนธันวาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม

##### 2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

ต้องเป็นผู้สำเร็จชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

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

##### 2.3 ปัญหาของนิสิตแรกเข้า

2.3.1 นิสิตมีความเข้าใจในบทบาทของของศาสตร์ทางการตลาดไม่เพียงพอ

2.3.2 นิสิตยังมีทักษะในการคิดอย่างเป็นระบบ ความระมัดระวังรอบคอบ ทักษะการวิเคราะห์ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ไม่เพียงพอ ซึ่งจำเป็นสำหรับการเรียนและการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาด

2.3.3 นิสิตมีบุคลิกภาพ มนุษย์สัมพันธ์ และทักษะการสื่อสารที่ดี รวมถึงความสนใจในการติดตามข่าวสารรอบโลกไม่เพียงพอ ซึ่งมีความจำเป็นสำหรับการเรียนและการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาด

2.3.4 นิสิตมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษไม่เพียงพอ ทำให้อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการเรียนในวิชาที่ใช้สื่อการเรียนการสอนที่เป็นภาษาอังกฤษเกือบทั้งหมด

2.3.5 นิสิตมีปัญหาเรื่องการปรับตัวให้เข้ากับการศึกษาในมหาวิทยาลัย การบริหารจัดการเวลาและการใช้ชีวิตนอกเวลาเรียน ทำให้เกิดผลกระทบกับการเรียนในหลายๆ วิชา

## 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา / ข้อจำกัดของนิสิตตามข้อ 2.3

- 2.4.1 กำหนดให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบในรายวิชาพื้นฐานของหลักสูตรการตลาด เน้นย้ำให้นิสิตเข้าใจถึงความสำคัญ บทบาท รวมถึงความแตกต่างซับซ้อนของธุรกิจด้านการตลาดในโลกปัจจุบัน
- 2.4.2 กำหนดให้แต่ละรายวิชาสอดแทรกการฝึกคิดเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ ทั้งองค์ความรู้ทางด้านการตลาดและองค์ความรู้ทางบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปลูกฝังการทำงานอย่างระมัดระวัง รอบคอบ การมีมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสารที่ดีผ่านการทำงานกลุ่มร่วมกัน
- 2.4.3 มอบหมายให้นิสิตนำเสนอผลงานในรายวิชาต่างๆ เพื่อฝึกฝนและพัฒนาบุคลิกภาพ และทักษะการสื่อสารที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานด้านการตลาด
- 2.4.4 การใช้สื่อการเรียนการสอนที่เป็นภาษาอังกฤษมีการถ่ายทอดเชิงบรรยายและกิจกรรมเสริมภาษาอังกฤษที่เป็นศัพท์เฉพาะเพื่อเสริมความเข้าใจและสร้างความสนใจในการเรียนรู้
- 2.4.5 จัดอาจารย์ที่ปรึกษาให้แก่นิสิตเพื่อให้คำปรึกษาทั้งด้านสังคมและวิชาการ ตลอดจนจัดให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วและสะดวก

## 2.5 แผนการรับนิสิตและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ปีการศึกษา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	รวม	จำนวนบัณฑิตที่คาดว่าจะจบการศึกษา
2560	60	-	-	-	60	คาดว่าจะมีผู้สำเร็จการศึกษา ตลอดหลักสูตรปีละ 60 - 80 คน เริ่มจบปีการศึกษา 2564
2561	60	60	-	-	120	
2562	80	60	60	-	200	
2563	80	80	60	60	280	
2564	80	80	80	60	300	

## 2.6 งบประมาณตามแผน

- รายละเอียดการประมาณการรายรับ (หน่วย : บาท)

รายการ	ปีงบประมาณ (พ.ศ.)				
	2560	2561	2562	2563	2564
1. ค่าธรรมเนียมการศึกษาเหมาจ่าย	1,392,000	2,784,000	4,640,000	6,496,000	6,496,000
2. เงินอุดหนุนจากรัฐบาลสำหรับ งบบุคลากรและวัสดุการเรียนการสอน	600,000	1,200,000	2,000,000	2,800,000	2,800,000
รวมทั้งสิ้น	1,992,000	3,984,000	6,640,000	9,296,000	9,296,000

- รายละเอียดการประมาณการค่าใช้จ่ายในหลักสูตรเป็นรายปี (หน่วย : บาท)

รายการ	ปีงบประมาณ (พ.ศ.)				
	2560	2561	2562	2563	2564
1. งบบุคลากร	1,902,972	1,979,100	2,058,265	2,140,600	2,226,230
2. งบดำเนินงาน	120,000	126,000	133,000	140,000	147,000
3. งบอุดหนุน	172,000	178,800	186,000	194,000	202,000
รวมทั้งสิ้น	2,194,972	2,283,900	2,377,265	2,474,600	2,575,230
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนิสิต	36,583	19,033	11,887	8,838	8,584

2.7 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียนและศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม  
ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว  
เมื่อวันที่ ๑๘ ธ.ค. ๒๕๖๓  
โดยระบบ CHECO

### 3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

#### 3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร 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 (Physical Education Activities)		1(0-2-1)
และให้เลือกรเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ในกลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข อีกไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต		
- กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต
ให้เลือกรเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ในกลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต
- กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร		13 หน่วยกิต
ให้เลือกรเรียนหนึ่งวิชา ดังนี้		
01136111 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น (Introductory Thai Usage)		3(3-0-6)
หรือ		
01999201 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai Language for Communication)		3(3-0-6)
วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา		9( - -)
วิชาสารสนเทศ / คอมพิวเตอร์		1( - -)

- กลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยกิต
  - 01999111 ศาสตร์แห่งแผ่นดิน (Knowledge of Land) 2(2-0-4)
  - และให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระพลเมืองไทยและพลเมืองโลก อีกไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
- กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
  - ให้เลือกรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต
- 2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 97 หน่วยกิต
  - วิชาแกน 39 หน่วยกิต
    - 01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I (Microeconomics I) 3(3-0-6)
    - 01101182 เศรษฐศาสตร์มหภาค I (Macroeconomics I) 3(3-0-6)
    - 01130171 การบัญชีการเงิน (Financial of Accounting) 3(3-0-6)
    - 01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ (Management Accounting) 3(3-0-6)
    - 01131211 การเงินธุรกิจ (Business Finance) 3(3-0-6)
    - 01132111 หลักการจัดการ (Principles of Management) 3(3-0-6)
    - 01132142 สภาพแวดล้อมทางกฎหมายธุรกิจ (Legal Environment of Business) 3(3-0-6)
    - 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

- วิชาเฉพาะเลือก ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต  
ให้เลือกรเรียนจากกลุ่มสาขาวิชาการตลาดไม่น้อยกว่า 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)
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	หลักการจัดการโลจิสติกส์ (Principles of Logistics Management)	3(3-0-6)
01134490	สหกิจศึกษา (Cooperation Education)	6
01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด (Field Experience in Marketing)	3

- กลุ่มวิชาการบัญชี		
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)
01131441	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)
<b>- กลุ่มวิชาการจัดการการผลิต</b>		
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 Management of Technology)	3(3-0-6)
01133415	กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (Operation 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	กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา วิจัย สัมมนา ปัญหาพิเศษ
เลขลำดับที่ 8	หมายถึง	ลำดับวิชาในแต่ละกลุ่ม

### 3.1.4 แสดงแผนการศึกษา

#### 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)
วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3( - - )
วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3( - - )
<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2	จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01101181 เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)
01130172 การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
01134111 หลักการตลาด	3(3-0-6)
01136111 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น	3(3-0-6)
หรือ	
01999201 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
วิชาศึกษาทั่วไป วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1( - - )
วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	3( - - )
วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	2( - - )
<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

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)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3(- -)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>3(- -)</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>18(- -)</u></b>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3(- -)
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>6(- -)</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>18(- -)</u></b>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01132332	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3( - - )
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>3( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01132342	ระบบภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3( - - )
	วิชาเลือกเสรี	<u>3( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>



ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

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

01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	6( - - )
	วิชาเลือกเสรี	3( - - )
	<b>รวม</b>	<b><u>15( - - )</u></b>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

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

01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	3( - - )
	<b>รวม</b>	<b><u>10( - - )</u></b>

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)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3( - - )
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3( - - )
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ - ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01101181	เศรษฐศาสตร์จุลภาค I	3(3-0-6)
01130172	การบัญชีเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
01134111	หลักการตลาด	3(3-0-6)
01136111	การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น	3(3-0-6)
	หรือ	
01999201	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาสารสนเทศ/คอมพิวเตอร์	1( - - )
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ	3( - - )
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข	2( - - )
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

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)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ.1 ภาษา	3( - - )
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระพลเมืองไทยพลเมืองโลก	3( - - )
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>3( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01131211	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)
01132231	สถิติธุรกิจ	3(3-0-6)
01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์	3( - - )
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>6( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01132332	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134351	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
01134432	กลยุทธ์ราคา	3(3-0-6)
	วิชาศึกษาทั่วไป วิชาภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา	3( - - )
	วิชาเฉพาะเลือก	3( - - )
	วิชาเลือกเสรี	<u>3( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>21( - - )</u></b>

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2		จำนวนหน่วยกิต (ชม.บรรยาย- ชม. ปฏิบัติการ – ชม. ศึกษาด้วยตนเอง)
01132342	ระบบภาษีอากรธุรกิจ	3(3-0-6)
01134321	การตลาดระหว่างประเทศ	3(3-0-6)
01134341	การจัดการช่องทางการตลาด	3(3-0-6)
01134491	ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด	3(3-0-6)
	วิชาเฉพาะเลือก	3( - - )
	วิชาเลือกเสรี	<u>3( - - )</u>
	<b>รวม</b>	<b><u>18( - - )</u></b>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

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

01132413	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134411	การจัดการการตลาด	3(3-0-6)
01134412	การพยากรณ์การขาย	3(3-0-6)
01134497	สัมมนา	1
01134498	ปัญหาพิเศษ	3
	วิชาเฉพาะเลือก	<u>3(- -)</u>
	รวม	<u>16(- -)</u>

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

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

01134490	สหกิจศึกษา	<u>6</u>
	รวม	<u>6</u>

### 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

#### 3.1.5.1 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาของหลักสูตร

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

ลักษณะและกระบวนการทางการตลาด แนวความคิด บทบาท ความสำคัญ หน้าที่ และปัจจัยทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด และการวิจัยการตลาดเบื้องต้น

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

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

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้า โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ทั้งในด้านปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ตลอดจนการนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมาประยุกต์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

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 3(3-0-6)  
(Purchasing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

บทบาท และความสำคัญของการจัดการด้านการจัดซื้อ ความรับผิดชอบของผู้จัดการงานจัดซื้อ ความสัมพันธ์ของงานจัดซื้อกับงานอื่นๆ 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 policies and rules. Centralization and decentralization of purchasing. The determination of specification, quantity and source. Contract and legal problems. Data analysis of bill order, cost, price, profit, capital and risk. Comparing the benefit between producing, purchasing and rent.

01134312 การจัดการการขาย 3(3-0-6)  
(Sales Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

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

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

01134314 จรรยาบรรณทางการตลาด 3(3-0-6)  
(Marketing Ethics)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดของจรรยาบรรณทางการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาดของสถาบันทางธุรกิจ ปัจจัยที่กำหนดจรรยาบรรณทางการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาดที่นำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาและข้อโต้แย้งในการนำจรรยาบรรณทางการตลาดไปปฏิบัติ

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

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

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความหมายและความสำคัญของตลาด ตลอดจนแนวคิด ปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้การจัดการทางการตลาดเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและธุรกิจให้คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา

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

01134321 การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความสำคัญและสภาพแวดล้อมของการตลาดระหว่างประเทศ บทบาทและนโยบายของรัฐ การพิจารณาเลือกสินค้าและตลาด การบรรจุหีบห่อ การกำหนดราคา การขนส่ง การเลือกตัวแทนจำหน่าย การส่งเสริมการวางแผนและควบคุม ปัญหา และอุปสรรคในการตลาดระหว่างประเทศ

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

01134322 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ปรัชญา แนวคิด และความสำคัญของการตลาดดิจิทัล สภาพแวดล้อมสำหรับตลาดดิจิทัล การกำหนดส่วนแบ่งตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งสำหรับตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ลูกค้า การสร้างสาระหลักและการมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล การจัดการชื่อเสียงในสังคมเครือข่ายเพื่อสร้างความยั่งยืนของตราสินค้า กรณีศึกษา

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

01134323 การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Planning) 3(2-2-5)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

การเขียนแผนการตลาด วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาพการณ์การตลาด หรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และสินค้า พัฒนารูปแบบแผนการตลาด ประกอบด้วยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

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



01134324 การตลาดกีฬา 3(3-0-6)  
(Sport Marketing)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรู้ความเข้าใจในการทำการตลาดและกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา กลยุทธ์การใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการทำการตลาดสำหรับสินค้าและบริการอื่นๆ ที่ไม่อยู่ในอุตสาหกรรมกีฬา การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคขององค์กรกีฬา การหาผู้สนับสนุน การทำตราสินค้า การส่งเสริมการตลาดสินค้า การประชาสัมพันธ์ การให้สิทธิ์ทางการค้าและการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬา

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

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

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ทฤษฎี แนวคิดทางการตลาดและการประยุกต์ใช้ ภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวและองค์กรด้านการท่องเที่ยว 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 3(3-0-6)  
(Product and Price Policy)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวความคิดต่างๆ ของผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีต่อผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

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

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

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

แนวคิดในการวางแผน และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ 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.

01134333 การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา 3(3-0-6)  
(Marketing for Luxury Products)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา สภาพแวดล้อมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา การวิเคราะห์ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หรูหรา ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา พัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา

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

01134341 การจัดการช่องทางการตลาด 3(3-0-6)  
(Marketing Channel Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะโครงสร้าง รูปแบบของช่องทางการตลาด บทบาทหน้าที่และการพัฒนาช่องทางการตลาดแต่ละรูปแบบ สถาบันการตลาด ข้อขัดแย้งและความร่วมมือกันของสถาบันต่างๆ การคัดเลือก การประเมินผล การควบคุมช่องทางการตลาด ตลอดจนปัจจัยและสภาพแวดล้อมต่างๆ 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 (Retailing) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ลักษณะและวิวัฒนาการทางการค้าปลีก สถาบันการค้าปลีก การจัดการด้านการค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดองค์การ การจัดงานบุคคล การจัดการสินค้า การตั้งราคา วิธีการส่งเสริมการขายของกิจการค้าปลีก และการให้บริการต่างๆ ตลอดทั้งระบบการควบคุมด้านการเงินและแนวโน้มของการค้าปลีกในอนาคต  
 Characteristic and revolution of retailing. Retailing institutions. Retailing management. Location. Organizational management. Personnel management. Merchandising management. Price setting. Promotion methods and retailing services. Controlling system and trend of retailing business.
- 01134351 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดโดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และรูปแบบการสื่อสารอื่น การสร้างการรับรู้ตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค  
 Marketing communication strategy through advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing and other communications. Creating brand awareness, brand image and buying behavior.
- 01134353 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 กระบวนการทางการตลาดในการสร้างความสัมพันธ์ภาพระยะยาวกับลูกค้า การตัดสินใจโปรแกรมทางการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและตลาด รวมทั้งผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย การตัดสินใจซื้อเพื่อให้ได้คุณค่าเพิ่มโดยใช้กลยุทธ์ได้กับได้ กลยุทธ์การรักษาลูกค้า การหาลูกค้าใหม่ และการดึงลูกค้ากลับ  
 Marketing process to build long-term relationship with customers. Marketing programs decision to create good understanding and relationship between organizations and market, including customers and stakeholders. Value added buying decision through win-win strategy. Strategy for customer retention, new customer acquisition, and customer win back.

- 01134354 ศิลปะการขาย (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 behavior of consumer. Psychology in sales incentive. Principles of psychological for consumer motivation. Data collection for planning approach to target market. Training salesmen. Technique of negotiation relationship to customer and sales contracting.
- 01134355 การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม (Sales Promotion and Event Marketing) 3(2-2-5)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม แนวคิด หลักการ วิธีการส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การสร้างสรรค์เครื่องมือและการเลือกสื่อที่ผสมผสานอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับเครื่องมือทางการตลาดอื่น การฝึกปฏิบัติ  
 Definition, importance and objectives of sales promotion and events marketing. Concepts, principles, methods of sales promotion and event marketing. Planning and defining effective strategies by analyzing situations. Defining objectives creating tools and selecting media that meet and match with other marketing tools. Practice is 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 3(3-0-6)  
(Marketing Management)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
- แนวความคิดการจัดการทางการตลาด บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการการตลาด นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์ การวางแผน การควบคุมและการจัดการ แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหาและกรณีศึกษาทางการตลาด
- Concepts of marketing management. Roles and functions of marketing manager. Policy and strategy of product management, price management, channel management and promotion management. Analysis, planning, controlling and organizing. Problem and case study in marketing.
- 01134412 การพยากรณ์การขาย 3(3-0-6)  
(Sales Forecasting)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
- หลักทฤษฎี และความสำคัญของการพยากรณ์การขาย เทคนิคและวิธีการพยากรณ์ ประเภทของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความถูกต้องแม่นยำของการพยากรณ์ รวมทั้งการนำผลของการพยากรณ์ไปเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแผนการตลาด
- Theory and importance of sales forecasting. Techniques and methods of forecasting: types of data, analyzing data in quantitative and qualitative. Factors influencing the reliability of forecasting including the application of forecasting output for improvement and development of the marketing plan.
- 01134413 การตลาดและการตัดสินใจ 3(3-0-6)  
(Marketing and Decision Making)  
วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111
- ความรับผิดชอบของผู้บริหารการตลาดในการตัดสินใจ ปัญหาทางการตลาด การจำแนกและการจัดลำดับ ขอบเขตของการตัดสินใจทางการตลาด การเลือกวิธีการแก้ปัญหา และวิธีการตัดสินใจ การกำหนดหลักเกณฑ์ทางทฤษฎีเพื่อการพัฒนาการตัดสินใจทางการตลาด การตัดสินใจเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กระบวนการการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด
- Responsibility of a marketing manager in decision making. Marketing problems, classification and grading. Scope of marketing decision making. Selection in problem solving technic and decision making technic. Building the theoretical base for developing a marketing decision making. Qualitative and quantitative decision making. Marketing planning process and decision making.

01134421 การจัดการเพื่อการส่งออกและนำเข้า 3(3-0-6)  
(Export-Import Management)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

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

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

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

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

ลักษณะและขอบเขตของตลาดบริการ การจำแนกประเภท พฤติกรรมผู้ใช้บริการส่วน ประสมการตลาดของสินค้าบริการ โครงสร้างและการพัฒนาสถาบันที่ประกอบธุรกิจด้านการ ให้บริการและศึกษารูจกบริการเฉพาะอย่าง

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

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

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111

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

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

- 01134431 การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Development and Design) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาด การออกแบบและการผลิตเพื่อการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดความต้องการของลูกค้า การได้มาซึ่งความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สถาปัตยกรรมผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงอุตสาหกรรม และเพื่อการผลิต 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 (Principles of Logistics Management) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 หลักการและกระบวนการโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป แนวความคิดโลจิสติกส์แบบผสมผสานโดยเน้นกิจกรรมโลจิสติกส์หลัก การจัดการกลยุทธ์โลจิสติกส์ในยุคโลกาภิวัตน์  
 Principles and process of logistics in order to support materials and finished goods logistics concept through main logistics activities. Logistics strategy management in globalization.

- 01134490 สหกิจศึกษา 6  
 (Cooperative Education)  
 การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการจัดทำรายงานและการนำเสนอ  
 On the job training as a temporary employee according to the assigned project including report writing and presentation.
- 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด 3(3-0-6)  
 (Basic Research Methods in Marketing)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01134111  
 หลักและระเบียบวิธีการวิจัยทางการตลาด การกำหนดปัญหา การวางรูปแบบวิจัย การตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถาม การวิเคราะห์และตีความข้อมูล การใช้สถิติสำหรับการวิจัย การเขียนรายงานและการเสนอผลการวิจัย  
 Principles and methods in marketing research, identification of research problems, formulation of research objectives and hypotheses, collection of data, construction of questionnaire, data analysis and interpretation, application of statistics for research, report writing and presentation.
- 01134492 ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 3  
 (Field Experience in Marketing)  
 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาดในสถานประกอบการในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานติดต่อกันไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง และนำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงาน  
 Practical experience in marketing field in private or public sector for minimum of 200 hours and presentation of performance report.
- 01134497 สัมมนา 1  
 (Seminar)  
 การนำเสนอและอภิปรายหัวข้อที่น่าสนใจทางทางการตลาดในระดับปริญญาตรี  
 Presentation and discussion on current interesting topics in marketing at the bachelor's degree level.
- 01134498 ปัญหาพิเศษ 3  
 (Special Problems)  
 การศึกษาค้นคว้าทางการตลาดระดับปริญญาตรี และเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน  
 Study and research in marketing at the bachelor's degree level and compiled into written report.



### 3.1.5.2 รายวิชาที่เป็นรหัสวิชาเอกหลักสูตร

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

ความหมายลักษณะและวิธีการศึกษาเศรษฐศาสตร์ปัญหาเศรษฐกิจ การทำหน้าที่ของระบบเศรษฐกิจ อุปสงค์อุปทาน และราคาความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานการใช้อุปสงค์และอุปทานในการปฏิบัติพฤติกรรมของผู้บริโภคและอรรถประโยชน์ธุรกิจการผลิตและต้นทุนการผลิต ต้นทุนในระยะสั้นและระยะยาว การผลิตในระยะยาว การผลิตในระยะยาวมาก ซึ่งเกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าและมลพิษ การกำหนดราคาผลผลิตในตลาดต่างๆ ทฤษฎีราคาในเชิงปฏิบัติ การกระจายรายได้ การกำหนดค่าจ้าง ดอกเบี้ย และผลตอบแทนจากการลงทุน ความยากจน และความไม่เท่าเทียมกัน

Meaning, nature and methods of economic study. Economic problems. Functioning of the economy. Demand, supply, price, elasticity of demand and supply, application of demand and supply. Consumer behavior 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 การเปลี่ยนแปลงรายได้ประชาชาติ วงจรธุรกิจและการเคลื่อนไหวขึ้นลงในรายได้ประชาชาติ ทฤษฎีและมาตรการของนโยบายการคลัง ระดับราคา การเงินและการธนาคาร การวิเคราะห์เงินตราและการวิเคราะห์รายได้ การค้าและการเงินระหว่างประเทศ การว่างงานและเงินเพื่อความเจริญเติบโต และการพัฒนาเศรษฐกิจเปรียบเทียบ

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

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

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01130111 หรือ 01130171 หรือ 01130101

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน หลักการบัญชีสินทรัพย์ การจำแนกประเภท การวัดมูลค่าและการแสดงรายการสินทรัพย์ในรายงานทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วย เงินสด และรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน ต้นทุนการกู้ยืม ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน การด้อยค่าของสินทรัพย์ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายและการดำเนินงานที่ยกเลิก ทรัพยากรแร่ และ เกษตรกรรม

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

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

หลักการบัญชีทั่วไป วิธีการบันทึกบัญชีขั้นต้นเกี่ยวกับเงินสด ลูกหนี้ ตัวเงินรับ สินค้าคงเหลือ เงินลงทุน สินทรัพย์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ การจัดทำรายงานทางการเงิน

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

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

บทบาทของการบัญชีบริหาร การบัญชีต้นทุน ต้นทุนมาตรฐาน การบัญชีต้นทุนตามกิจกรรมงบประมาณ งบประมาณยืดหยุ่นได้การวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร การบัญชีตามความรับผิดชอบ การจัดทำรายงานตามส่วนงาน การกำหนดราคา การใช้สารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการจัดการ

Role of management accounting; cost accounting; standard costing; activity based costing; budgeting; flexible budgeting; cost-volume-profit analysis; responsibility accounting; segment reporting; pricing decision; use of accounting information for management.

- 01130211 การบัญชีขั้นกลาง II 3(3-0-6)  
 (Intermediate Accounting II)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01130111 หรือ 01130171 หรือ 01130101  
 หลักการและแนวปฏิบัติทางการบัญชีสำหรับรายการหนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ รวมถึงการจัดประเภท การรับรู้และการวัดมูลค่า การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูล การบัญชีสำหรับการปรับโครงสร้างหนี้ ก้ำไรต่อหุ้น 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** **สินเชื่อและการเรียกเก็บเงิน** **3(3-0-6)**  
**(Credit and Collection)**

หลักและวิธีการพิจารณาให้สินเชื่อธุรกิจ ประเภทและวิธีการเรียกเก็บเงิน หน้าที่และการบริหารงานในแผนกให้สินเชื่อ ขอบเขตของการให้สินเชื่อ กำหนดระยะเวลาในการให้สินเชื่อ การสืบฐานะเพื่อให้สินเชื่อ นโยบายการเรียกเก็บเงิน การควบคุมและติดตามบัญชีลูกหนี้

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

**01131316** **การจัดการสินทรัพย์ธุรกิจ** **3(3-0-6)**  
**(Business Asset Management)**

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01131211

เทคนิคและวิธีการตัดสินใจในการวางแผนและบริหารเงินทุนหมุนเวียนตัวแบบต่างๆ ของการจัดการเงินสด เงินลงทุนระยะสั้น ลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ ปัจจัยและทฤษฎีในการตัดสินใจลงทุนสินทรัพย์ ภายใต้ภาวะการเสี่ยงและความไม่แน่นอน

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, lab our, 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 จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ทางการจัดการของผู้จัดการ การตัดสินใจ การวางแผน การจัดองค์การ การชักนำและการควบคุม  
 Concepts and evolution of management. Managerial jobs. Business environment affecting business management. Business ethics and corporate social responsibility. Managerial roles and management functions of managers. Business decision-making, planning, organizing, leading, and controlling.
- 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  
 ความสำคัญ กระบวนการสื่อสาร แนวคิด หลักการ จริยธรรม ทฤษฎีต่างๆ และทักษะที่จำเป็นของการสื่อสารในองค์กรไทยและในธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อให้การสื่อสารในองค์กรดำเนินอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและวางแผน แก้ไขปัญหาของการสื่อสารในองค์กร

Importance of communication in organization, Concepts, ideas, ethic and theories needed for effective communication, Important communication skills needed for both Thai and multi-national organization, Applying skills for planning, developing and solving communication problems in organization.

**01132221 พฤติกรรมองค์การ 3(3-0-6)**  
**(Organizational Behavior)**

หลักการจัดการองค์การตามทฤษฎีต่างๆ ลักษณะโครงสร้างขององค์การแบบทางการและไม่เป็นทางการ พฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มการเรียนรู้ การจูงใจ สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับองค์การ การแก้ไขความขัดแย้งใน องค์การ 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 การพิจารณาความดี ความชอบ ระเบียบวินัย เทคนิค การสัมภาษณ์ หลักวิธีการคิดค่าจ้างค่าตอบแทน สวัสดิการ บริการทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่พนักงาน

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

**01132231 สถิติธุรกิจ 3(3-0-6)**  
**(Business Statistics)**

การนำทฤษฎีและวิธีการทางสถิติมาใช้ในทางธุรกิจ การวัดค่ากลาง และการกระจายของข้อมูล การแจกแจงความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง การประมาณช่วงความเชื่อมั่น การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์ การพยากรณ์และสถิตินอนพารามตริก

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 โดยจะมุ่งเน้นถึงความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้แก่ลูกค้า 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 การจัดการระบบฐานความรู้ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กระบวนการทางธุรกิจและการออกแบบองค์กรเพื่อการแข่งขันโดยอาศัยการใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

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

- 01132334 การวิเคราะห์ระบบงานธุรกิจ 3(3-0-6)  
 (Business System Analysis)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111  
 เทคนิคการวิเคราะห์ และออกแบบระบบงาน การนำระบบงานไปใช้ การวิเคราะห์ระบบงานปัจจุบัน การออกแบบระบบงานคอมพิวเตอร์ การเลือกใช้คอมพิวเตอร์ให้เหมาะสมกับงาน การควบคุมและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ 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 3(3-0-6)  
 (Business Project Management)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111  
 การจัดการโครงการทางธุรกิจ ด้านการจัดการ การผลิต การเงิน การตลาด การบุคลากร และคุณค่าทางเศรษฐกิจของโครงการ การคำนวณค่าตอบแทนของโครงการ กฎเกณฑ์การตัดสินใจ วิธีการจัดเตรียมงานการศึกษาความเหมาะสมของโครงการทางด้านเทคนิค และสภาพแวดล้อมที่จะอำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานโครงการทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ  
 Business project management concerning management, production, finance, marketing, personnel and economic value of project. Calculation project benefit, decision criteria on project preparation, feasibility study and environmental effect on the project operation.
- 01132342 ระบบภาษีอากรธุรกิจ 3(3-0-6)  
 (Business Tax System)  
 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 3(3-0-6)  
 (International Business)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111  
 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 ในทรณะของผู้จัดการ เพื่อใช้ในการวางแผนการดำเนินงานให้บรรลุถึงเป้าหมายของธุรกิจ

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

01132461 ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) 3(3-0-6)

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 (Management of Learning Organization) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01132111

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

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

- 01133211 การจัดการการผลิต (Operations Management) 3(3-0-6)  
 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.
- 01133242 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น (Introduction to Electronic Commerce) 3(3-0-6)  
 บทบาทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อธุรกิจ แบบจำลองทางธุรกิจสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พื้นฐานทางเทคโนโลยี การใช้โครงข่ายเว็ลด์ไวด์เว็บเชิงธุรกิจ การทำรายงาน  
 Roles of electronic commerce on business, business models for electronic commerce, technology basic, and World Wide Web commerce. Report of application in business.
- 01133312 การออกแบบระบบการผลิต (Operations System Design) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211  
 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการผลิต การออกแบบสินค้า การวางแผนกำลังการผลิตระยะยาว การตัดสินใจด้านทำเลที่ตั้ง การเลือกกระบวนการผลิต การออกแบบแผนผัง การเลือกเครื่องจักร การออกแบบระบบการขนถ่ายลำเลียง การออกแบบระบบงาน มีการศึกษานอกสถานที่  
 Conceptual of operation system, designing of product, long-range capacity planning, location decision, process selection, designing layout, machine selection, designing of material handling system, designing of work system. Field trip required.
- 01133313 การควบคุมต้นทุนการผลิต (Operations Cost Control) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211 และ 01130172  
 การคำนวณต้นทุนการผลิต เทคนิคการควบคุมและการลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มผลิตภาพและการจัดการต้นทุนคุณภาพ  
 Calculating operations cost, techniques for controlling and reducing operations cost, increasing productivity, and managing costs of quality.

01133314 การจัดหาเชิงกลยุทธ์ (Strategy Sourcing) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

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

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

01133315 การวางแผนและการควบคุมการผลิต (Operation Planning and Control) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

ลักษณะโดยทั่วไปของการวางแผนและควบคุมการผลิต เทคนิคในการพยากรณ์ การวางแผนและควบคุมการผลิตสำหรับกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง กระบวนการผลิตแบบไม่ต่อเนื่องและกระบวนการผลิตแบบโครงการ การควบคุมการไหลของวัสดุในระบบการผลิต ประกอบด้วย ระบบคงคลัง ระบบผลึก ระบบดึง และทฤษฎีข้อจำกัด

Nature of operations planning and control, forecasting techniques, operations planning and control repetitive process; intermittent process; and project process, controlling of material flow in operations system: pending system; push system, pull system; and theory of constraints.

01133317 การจัดการคุณภาพ (Quality Management) 3(3-0-6)

วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211

แนวคิดและพื้นฐานของการจัดการคุณภาพ การควบคุมคุณภาพเชิงสถิติ เครื่องมือและระเบียบวิธีสำหรับการศึกษาวิเคราะห์ทางการจัดการการผลิต

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

- 01133323 การจัดการธุรกิจโรงแรม (Hotel Management) 3(3-0-6)  
 หลักการจัดการการปฏิบัติการในโรงแรม หน้าที่และการดำเนินงานของแผนกหลักในโรงแรม  
 Principles of hotel operations management. Duties and procedure of key departments in hotel business.
- 01133341 การจัดการเทคโนโลยีเบื้องต้น (Introduction to Technology Management) 3(3-0-6)  
 วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน : 01133211  
 แนวคิด และความเข้าใจพื้นฐานของการจัดการเทคโนโลยี การวางแผน การจัดระบบ การจัดสรรทรัพยากร กลยุทธ์ของการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มสมรรถนะและความสามารถขององค์กร  
 Concepts and introduction to technology management, plan, organization, resources allocation, and technological strategy to increases competency and capability.
- 01133415 กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (Operations Strategy) 3(3-0-6)  
 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 (Airline Management) 3(3-0-6)  
 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 ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา

ได้พิจารณาความสอดคล้องของหลักสูตรแล้ว

เมื่อวันที่ ๑๘ ธ.ค. ๒๕๖๓

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	โดยระบบ CHECO	ภาระงานสอน	
		ผลงานวิชาการ	ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง (แบบแยก)
1.	นางกัญยารัตน์ สุขะวันกุล* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540 บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2551 บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, 2546 3-1101-	งานวิจัย 1. การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผ้าฝ้ายอ้อมครามเพื่อพัฒนา ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร, 2556 2. แนวทางในการส่งเสริมการตลาด “ผ้าขาม้า” เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดสกลนคร, 2556	01134111 01134311 01134312 01134341 01134421 01134422 01134423 01134442 01134497 01134498	01134111 01134311 01134312 01134341 01134421 01134422 01134423 01134442 01134497 01134498
2.	นางสาวจิตพิสุทธิ์ บุผาพันธ์* อาจารย์ B.A. Communication Arts (Advertising) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2553 M.Sc. (International Marketing) Mälardalen University, Sweden, 2555 1-6699-	งานวิจัย Factors Influencing Consumer Purchase Intention of “KU Phuphan Black-bone Chicken product” in Sakon Nakhon Province, Thailand : A study based on the Theory of Planned Behavior (TPB), 2559	01134111 01134321 01134323 01134331 01134351 01134355 01134356 01134411 01134431 01134498	01134111 01134321 01134323 01134331 01134332 01134351 01134355 01134356 01134431 01134498
3.	นางสาวเปรมฤดี จิตรเกื้อกุล* อาจารย์ บธ.บ. (การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2543 บธ.ม. (การตลาด), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2549 ปร.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2559 3-4101-	งานวิจัย 1. การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผ้าฝ้ายอ้อมครามเพื่อ พัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร, 2556 2. Evaluating the Role of Customer Engagement and Pro-Environmental Identification on Theory of Planned Behavior to Predict Green Consumption Behavior, 2556	01134111 01134314 01134315 01134323 01134353 01134354 01134412 01134413 01134490 01134491 01134497 01134498	01134111 01134314 01134315 01134323 01134353 01134354 01134412 01134413 01134490 01134491 01134497 01134498

\*อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง (แบบแยก)
4.	นางสาวศิริรนา คำทะเนตร* อาจารย์ บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2553 M.Phill (System Dynamics), University of Bergen, Norway, 2557 M.Sc. (Digital Business), Westerdals Oslo school of ACT, Norway, 2558 1-4701	งานวิจัย The Effect of Organization Health on Employees Engagement: A Case Study of Thai Rubber Estate Organization, 2558	01134111 01134322 01134351 01134490 01134497 01134498	01134111 01134322 01134333 01134325 01134351 01134490 01134497 01134498
5.	นางสาวสุพรรณนิการ์ สุกพล* อาจารย์ บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2551 บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2554 1-4403-	งานวิจัย Exploration of community products to raise the standard level of the Bung Khong Long District, Bung Kan province, 2558	01134111 01134212 01134331 01134341 01134342 01134411 01134412 01134432 01134490 01134491 01134497 01134498	01134111 01134212 01134331 01134341 01134342 01134411 01134412 01134432 01134490 01134491 01134492 01134497 01134498

\*อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

### 3.2.2 อาจารย์ผู้สอน

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ คุณวุฒิ (สาขาวิชา) ชื่อสถาบัน, ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา เลขประจำตัวประชาชน	ผลงานวิชาการ	ภาระงานสอน	
			ปัจจุบัน	หลักสูตร ปรับปรุง (แบบแยก)
1.	นายบรรณสิทธิ์ สิทธิบรรณกุล อาจารย์ ศษ.บ. (พลศึกษา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542 วท.ม. (วิทยาศาสตร์การกีฬา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548 ปร.ด. (วิทยาศาสตร์การกีฬา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2559 3-5018-	งานวิจัย 1. รูปแบบการจัดการธุรกิจศูนย์ฝึกกีฬาเทควันโด ในประเทศไทย, 2559 2. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการแข่ง เรือยาวประเพณี จังหวัดสกลนคร, 2559 3. ทดสอบสมรรถภาพทางกายพนักงาน โรงพยาบาลสกลนคร, 2558	01134324	01134324

### 3.2.3 อาจารย์พิเศษ

ไม่มี

## 4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา)

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

### 4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

หัวหน้างานในสถานประกอบการทางธุรกิจที่นิสิตเข้ารับการฝึกปฏิบัติงานเป็นผู้ประเมิน ในหัวข้อต่อไปนี้

4.1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม นิสิตมีเคารพต่อกฎ ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์การ มีความซื่อสัตย์ เคารพต่อกฎ ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์การ

4.1.2 ด้านความรู้ สามารถคิด ค้นคว้า วิเคราะห์ และประยุกต์หลักการ แนวคิด/ทฤษฎี ระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน

4.1.3 ด้านปัญญา เข้าร่วมวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางแก้ไขร่วมกันกับผู้บังคับบัญชาชั้นต้นในสถานการณ์จริง

4.1.4 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ นิสิตมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย สามารถทำงานเข้ากับหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน

4.1.5 ด้านวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นิสิตสามารถเรียนรู้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายได้

### 4.2 ช่วงเวลา

ตามแผนการศึกษา

#### 4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

4.3.1 วิชาสหกิจศึกษา ออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ รวมเวลา 16 สัปดาห์ หรือ  
เต็มเวลา 1 ภาคการศึกษา

4.3.2 วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด ใช้ระยะเวลา 200 ชั่วโมง (ในภาคฤดูร้อน) ออกปฏิบัติงาน  
ณ สถานประกอบการ รวมเวลา 8 สัปดาห์ หรือเต็มเวลา 1 ภาคการศึกษาฤดูร้อน

#### 5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

หลักสูตรกำหนดให้นิสิตทำโครงการในรายวิชา 01134491 ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานทางการตลาด  
01134497 สัมมนา และ 01134498 ปัญหาพิเศษ

##### 5.1 คำอธิบายโดยย่อ

การศึกษาค้นคว้าทางธุรกิจด้านการตลาด ระดับปริญญาตรีและเรียบเรียงเขียนเป็นรายงาน ลักษณะ  
งาน เป็นงานกลุ่ม สำหรับนิสิตชั้นปีที่ 3 หรือ 4 โดยนิสิตในแต่ละกลุ่ม ต้องนำเสนอหัวข้อ โครงร่างการศึกษา และ  
รายชื่ออาจารย์ที่ปรึกษากลุ่มต่ออาจารย์ประจำวิชา จากนั้นนิสิตต้องทำงานร่วมกันและปรึกษากับอาจารย์ที่  
ปรึกษาประจำกลุ่มเกี่ยวกับรายละเอียดการศึกษา และทำรายงานนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา

##### 5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

5.2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม นิสิตมีความซื่อสัตย์ สุจริตในทางวิชาการ ไม่ละเมิดสิทธิทรัพย์สินทาง  
ปัญญาของบุคคลอื่น มีความสามารถในการทำงานเป็นหมู่คณะ ไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น และมีความตรงต่อเวลา

5.2.2 ด้านความรู้ นิสิตมีความเข้าใจในทฤษฎี แนวความคิด ตลอดจนถึงกลยุทธ์ต่างๆ ด้านบริหารธุรกิจ  
ด้านการตลาด มีความเข้าใจในอิทธิพลของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการบริหารงานด้านการตลาด

5.2.3 ด้านปัญญา นิสิตมีความสามารถในการสืบค้น ค้นคว้า ประมวลความรู้ด้านบริหารการตลาดมา  
จัดทำเป็นรายงาน มีความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์ปัญหาด้านบริหารการตลาด เสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหา  
และกำหนดกลยุทธ์ มีความสามารถในการเขียนเป็นรายงานพร้อมวิธีการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ

5.2.4 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ นิสิตมีทักษะในการทำงานเป็นกลุ่ม มี  
มนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย

5.2.5 ด้านวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสามารถในการนำ  
ข้อมูลเชิงปริมาณมาประมวล วิเคราะห์และนำเสนอทางเลือกต่างๆ ด้านบริหารการตลาด และมีทักษะในการ  
นำเสนอ ตลอดจนการใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์และเครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

##### 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 จากนั้นให้มีการจัดทำข้อเสนอ  
โครงการในรายวิชาโดยเน้นให้รายวิชา 01134491 และ 01134498 เป็นการทำงานโครงการรายบุคคลหัวข้อที่จะ



นำมาเสนออาจารย์ที่รับผิดชอบรายวิชาจะเน้นประเด็นที่มีความทันสมัย เป็นที่สนใจในขณะนั้น หากได้รับการอนุมัติหัวข้อ จะสามารถนำไปดำเนินการโดยมีการมอบหมายอาจารย์ที่ปรึกษาในสัดส่วนพอๆ กัน และให้ผู้เรียนติดตามงานของตนและเสนอความก้าวหน้าตามกรอบเวลาและรูปแบบเล่มตามวิทยานิพนธ์ ในส่วนของวิชา 01134497 สัมมนา จะเน้นให้นิสิตเปิดโลกทัศน์ด้วยการเข้าดูงานบริษัทชั้นนำ และมีการปฏิบัติงานจัดสัมมนาจริง แบบมีอาชีพ ประชุมการหาประเด็นหรือหัวข้อสัมมนาที่มีความสนใจในช่วงเวลานั้นด้วยวิทยากรที่มีชื่อเสียง

#### 5.6 กระบวนการประเมินผล

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

## หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

### 1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนิสิต

คุณลักษณะพิเศษของนิสิต	กลยุทธ์การสอน / กิจกรรม
1.1 มีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Value Added in Marketing) ให้แก่สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศให้สูงขึ้น	การบรรยายในชั้นเรียน การทำกิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษา การศึกษาดูงานนอกสถานที่ การนำเสนอโครงการ
1.2 มีทักษะในการปฏิบัติงานด้านการขาย การวิจัยและการวางแผนการตลาด	โครงการวิจัยตลาด การเก็บข้อมูลภาคสนาม การฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน การฝึกประสบการณ์ ทางการตลาด สหกิจศึกษา
1.3 มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แผนการตลาดใหม่ๆ ที่สามารถแข่งขันได้	การแข่งขันความเป็นเลิศทางวิชาการตลาด การประกวดแผนการตลาด

### 2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

#### 2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) มีความสามารถในการจัดการปัญหา โดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น 2) สำนึกดี สามัคคี มีวินัย และมีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพกฎระเบียบ	- จัดกิจกรรมกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ ในช่วงปฐมนิเทศและปัจฉิมนิเทศ - ทูกรายวิชามีการสอดแทรกตัวอย่างปัญหาและแนวทางในการแก้ปัญหา ด้านคุณธรรม จริยธรรม ในประเด็นทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง - การเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์ - การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม - การสอนแบบอภิปรายจากกรณีตัวอย่าง	- ให้นิสิตประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนและหลังการเรียน - การประเมินโดยอาจารย์ผู้สอน จากการสังเกตพฤติกรรม การแสดงออกของนิสิต - การให้ผู้ใช้นิตเป็นผู้ประเมินผลด้านคุณธรรม จริยธรรมของบัณฑิต

## 2.2 ด้านความรู้

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) มีความรู้ในหลักการและทฤษฎีในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ เช่น การตลาด การบัญชี การจัดการการเงิน การจัดการการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การบรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน</li> <li>- มอบหมายหัวข้อรายงาน</li> <li>- กำหนดให้มีการบรรยายภาพรวมหลักสูตรและภาพรวมของความรู้ในรายวิชาก่อนเข้าสู่บทเรียน</li> <li>- กำหนดให้มีการสรุปอั้ความรู้ใหม่หลังบทเรียน พร้อมทั้งเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิม</li> <li>- การทบทวน การฝึกปฏิบัติ การเรียนโดยใช้กรณีศึกษา</li> <li>- การเชิญอาจารย์พิเศษที่มีประสบการณ์จริงในโลกธุรกิจ</li> <li>- การซักถามและตอบปัญหาในชั้นเรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสอบย่อยในชั้นเรียน</li> <li>- การสอบกลางภาคและการสอบไล่ปลายภาค</li> <li>- การประเมินผลระหว่างภาคเรียน เช่น การนำเสนอรายงานผลจากการเข้าร่วมโครงการแข่งขันกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนภายนอก</li> </ul>

## 2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) สามารถนำความรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ถูกต้อง และเหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแนะนำและฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์จากโจทย์ที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากตามระดับการเรียนรู้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลงานการสร้างสรรค์ กิจกรรม</li> <li>- การสอบข้อเขียนจากโจทย์ที่ต้องใช้ทักษะทางปัญญา</li> <li>- การประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา</li> </ul>
2) สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การมอบหมายงานเพื่อฝึกฝนทักษะการแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษาและโจทย์ปัญหา หรือสถานการณ์จำลอง</li> <li>- การเรียนการสอนในวิชาปัญหาพิเศษที่จะช่วยพัฒนาทักษะทางปัญญาด้วยการ บูรณาการความรู้ที่เรียนมาทั้งหมดมาใช้ในการแก้ปัญหาคารวิจ้ย</li> <li>- กำหนดโจทย์ปัญหาและให้นิสัยได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและช่วยกันแก้ไขปัญหา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การประเมินจากผู้ใช้บัณฑิต</li> </ul>

## 2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

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

## 2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1) สามารถใช้องค์ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์ ในการศึกษาค้นคว้า และแก้ไขปัญหา 2) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนองานและสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบุคคลที่แตกต่างกัน	- การมอบหมายงานที่ต้องใช้ทักษะด้านการสืบค้นข้อมูล การจัดการและจัดเก็บข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น งานวิจัย การหาข้อมูลเพื่อจัดทำรายงาน เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ - การแนะนำวิธีการจัดการข้อมูล การสื่อสาร การนำเสนอที่เหมาะสม การติดตามและตรวจสอบกระบวนการทำงาน - การมอบหมายให้จัดทำรายงาน และการนำเสนอ	- การประเมินจากผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และการจัดการข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ - การประเมินจากรูปแบบการนำเสนอรายงาน หรือผลการปฏิบัติงาน - การประเมินทักษะการสื่อสารด้วยภาษาจากการเขียนรายงาน - การประเมินทักษะการสื่อสารด้วยวาจาจากการนำเสนอ ผลงานหน้าชั้นเรียน การอภิปรายในชั้นเรียน

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทางปัญญา		4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบต่อสังคม		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	●	●	●	●	●	●	●	●	●

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทาง ปัญหา		4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ		5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การ สื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	
	1	2	1	1	2	1	2	1	2
01134491	●	●	●	●	●	●	●	●	●
01134492	●	●	●	●	●	●	●	●	●
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	●	●	●	●	●	●	●	●	●

รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม		2. ความรู้	3. ทักษะทาง ปัญญา		4. ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ		5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การ สื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	
	1	2	1	1	2	1	2	1	2
01133312	●	●	●	●	●	●	●	○	●
01133313	●	●	●	●		●		○	●
01133314	●	●	●	●	●	●	●	○	○
01133315	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01133317	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01133323	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01133341	●	●	●	●	●	●	●	●	○
01133415	●	●	●	●		●		●	○
01133427	●	●	●	●	○	●	○	●	●

## หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนิสิต

### 1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

### 2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิต

#### 2.1 การทวนสอบระดับรายวิชา ขณะนิสิตยังไม่สำเร็จการศึกษา

2.1.1 แต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

2.1.2 คณะกรรมการตรวจสอบความเหมาะสมของวิธีการ เครื่องมือที่ใช้ประเมินผลการเรียน ที่สอดคล้องกับที่กำหนดในรายละเอียดของรายวิชา

2.1.3 ทวนสอบจากการประเมินผลการเรียนการสอนของนิสิตและผู้สอน

2.1.4 คัดเลือกรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา โดยคณะกรรมการพิจารณาจากผลการเรียน การสัมภาษณ์นิสิต

#### 2.2 การทวนสอบระดับหลักสูตร หลังจากนิสิตสำเร็จการศึกษา

2.2.1 ทวนสอบจากการสำรวจภาวะการปฏิบัติงานของบัณฑิต

2.2.2 การประเมินโดยผู้ใช้บัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน

2.2.3 การวิพากษ์หลักสูตรจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

### 3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



## หมวดที่ 6 การพัฒนาคณาจารย์

### 1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 จัดหาเอกสารที่เกี่ยวข้องด้านการเรียนการสอน เช่น รายละเอียดหลักสูตร กฎระเบียบ/ข้อปฏิบัติทางการศึกษา คู่มือนิสิต คู่มืออาจารย์ที่ปรึกษา ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จรรยาบรรณอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.2 มีการปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ ในระดับมหาวิทยาลัยหรือคณะวิชา เพื่อให้ทราบถึงนโยบาย ปรัชญา ภูมิฐานของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หลักสูตรและวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษา ระเบียบปฏิบัติ แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางด้านวิชาการ และวิชาชีพ รวมทั้งการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ

1.3 ส่งเสริมให้อาจารย์ใหม่เข้าร่วมการอบรม เกี่ยวกับกลยุทธ์และวิธีการสอน การวัดและการประเมินผลการเรียนรู้ การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน การวิจัยองค์ความรู้ และการวิจัยสถาบัน ตลอดจนบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ จรรยาบรรณอาจารย์ รายละเอียดหลักสูตร และการจัดทำประมวลการสอน

1.4 ภาควิชากำหนดภาระงานที่ชัดเจนในด้านการสอนและการวิจัย และกำหนดความรับผิดชอบในงานบริหารหลักสูตรให้แก่อาจารย์ใหม่ โดยหัวหน้าภาคและประธานหลักสูตรทำหน้าที่ให้คำแนะนำและติดตามการทำงาน

1.5 จัดให้อาจารย์ใหม่ประสานงานและสังเกตการณ์การสอนของอาจารย์ผู้ที่มีประสบการณ์

1.6 จัดทำระบบอาจารย์พี่เลี้ยงแก่อาจารย์ใหม่ทั้งเรื่องการสอนและการวิจัย

### 2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

#### 2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

2.1.1 ภาควิชามีการจัดประชุมอาจารย์ประจำภาควิชาฯ เพื่อร่วมกันพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอนเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในชั้นเรียน และวิธีการแก้ไขปัญหาในการเรียนการสอน ตลอดจนการร่วมกันหรือเกี่ยวกับการวัดและการประเมินผลสำหรับรายวิชาที่มีอาจารย์ผู้สอนร่วมหลายคน

2.1.2 การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมอบรม เพื่อพัฒนาทักษะการสอนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น โปรแกรม Edufarm และโปรแกรมสนับสนุนการสอนอื่นๆ

2.1.3 การสนับสนุนอาจารย์ให้เข้าร่วมโครงการอบรม ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผลที่จัดโดยคณะฯ และมหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอก

2.1.4 มีการส่งเสริมในการเข้าร่วมอบรม สัมมนาวิชาการในสาขาที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

#### 2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

2.2.1 การส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ โดยส่งเสริมให้อาจารย์เข้าอบรมเรื่องการเขียนบทความเชิงวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและระดับนานาชาติ

2.2.2 การมอบหมายให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการประกวดแข่งขันของนิสิตเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์อาจารย์ในโลกธุรกิจ

## หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

### 1. การกำกับมาตรฐาน

#### 1.1 เป้าหมายการบริหารหลักสูตร

1.1.1 พัฒนาหลักสูตรให้ได้มาตรฐานสากล และตรงกับความต้องการในการตลาดแรงงาน และการพัฒนาประเทศ

1.1.2 หลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี กระทรวงศึกษาธิการ และ กพ. ให้การรับรอง

#### 1.2 ระบบและกลไกในการบริหารหลักสูตร

1.2.1 มีคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรประกอบด้วยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ทำหน้าที่พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม

1.2.2 มีคณะกรรมการวิชาการของคณะฯ ซึ่งประกอบด้วย รองคณบดีฝ่ายวิชาการ กรรมการวิชาการ และผู้ประสานงานหลักสูตร ทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานของหลักสูตร ทั้งทางด้านวิชาการและการพัฒนาการศึกษาให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี

1.2.3 มีการประชุมเตรียมความพร้อมก่อนเปิดการเรียนการสอนในแต่ละภาคเรียน

1.2.4 มีการประชุมสรุปผลการดำเนินงาน ระบุ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาในการบริหารหลักสูตร อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

#### 1.3 การประเมินผลการบริหารหลักสูตร

1.3.1 หลักสูตรเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี กระทรวงศึกษาธิการ และ กพ. ให้การรับรอง

1.3.2 หลักสูตรจะต้องได้รับการปรับปรุงทุก 5 ปี จากการวิจัยสถาบัน โดยการสำรวจความคิดเห็นของ นิสิต บัณฑิต อาจารย์ผู้สอน และผู้ใช้บัณฑิตบัณฑิต และการสำรวจภาวะการมี การทำ ศึกษาต่อ หรือประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิตปริญญาตรี

### 2. บัณฑิต

หลักสูตรกำหนดคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ซึ่งครอบคลุมผลการเรียนรู้ 5 ด้าน คือ (1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม (2) ด้านความรู้ (3) ด้านทักษะทางปัญญา (4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ (5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งในแต่ละปี การศึกษาจะจัดให้มีการประเมินคุณภาพบัณฑิตตามคุณลักษณะดังกล่าวโดยผู้ใช้บัณฑิต ดำเนินการสำรวจภาวะการมี การทำ หรือประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิตปริญญาตรี

### 3. นิสิต

#### 3.1 กระบวนการรับนิสิตและการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา

คณะดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปที่สนใจศึกษา ทั้งจากสื่อสาธารณะ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ โดยใช้ระยะเวลาประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับระยะที่บุคคลที่สนใจสามารถเข้ารับสมัคร โดยหลักสูตรคำนึงถึงอัตราอาจารย์ที่สอดคล้องกับอัตราผู้เรียน ทั้งนี้ เพื่อให้การเรียน การสอนมีประสิทธิภาพ โดยก่อนที่จะเข้าศึกษา

คือตั้งแต่ขั้นตอนการรับสมัคร ทางหลักสูตรจะชี้แจงถึงแนวทางของหลักสูตร วิชาที่ต้องเตรียมความพร้อม ตลอดจนคำแนะนำที่ให้นิสิตสามารถทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการศึกษา

### 3.2 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการและอื่นๆ แก่นิสิต

3.2.1 คณะฯ มีการแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาและระบบการให้คำปรึกษาแก่นิสิตทุกคนอย่างเสมอภาค โดยนิสิตที่มีปัญหาในการเรียนสามารถปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาได้ โดยอาจารย์ของคณะฯ ทุกคนจะต้องทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาให้แก่นิสิต และทุกคนต้องกำหนดชั่วโมงว่าง (Office Hours) เพื่อให้นิสิตเข้าปรึกษาได้ ส่วนการบริการด้านการศึกษานิสิตทุกคนสามารถติดต่อขอรับบริการได้ที่สำนักงานคณบดี

3.2.2 ภาควิชาการจัดการธุรกิจจัดให้มีกิจกรรมอาจารย์พบนิสิตที่ปรึกษาปีการศึกษาละ 2 ครั้ง (ภาคต้นและภาคปลาย) และได้มีการวางแผนการพัฒนาศักยภาพนิสิตและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ กิจกรรมด้านพัฒนาทักษะวิชาชีพ กิจกรรมพัฒนาบุคลิกภาพ กิจกรรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมการสร้างเครือข่ายระหว่างสถาบันในประเทศ การเปิดโอกาสให้นิสิตมีอิสระเสรีในการเลือกทำกิจกรรมที่เหมาะสม

3.2.3 หลักสูตรจัดให้มีกิจกรรมพัฒนานิสิต เพื่อให้เป็นไปตามคุณลักษณะบัณฑิตที่กำหนด และมีคุณสมบัติตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมหาวิทยาลัยและคณะมีระบบการกำกับให้นิสิตเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการพัฒนานิสิต โดยใช้ระบบรายงานผลกิจกรรมและการออกใบรายงานผลกิจกรรมให้กับนิสิต

3.2.4 มหาวิทยาลัยและคณะจัดหาแหล่งทุนการศึกษาให้นิสิตทั้งประเภททุนให้เปล่าและทุนกู้ยืม โดยนิสิตสามารถปรึกษาเรื่องการขอทุนการศึกษาผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ประจำหลักสูตร ประธานหลักสูตร และเจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการนิสิตของคณะ เพื่อให้ช่วยดำเนินการหาทุนการศึกษาให้แก่นิสิต

### 3.3 ความพึงพอใจและผลการจัดการข้อร้องเรียนของนักศึกษานิสิต

3.3.1 หลักสูตรจัดให้มีระบบการร้องเรียนของนิสิตผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ของหลักสูตร หรือนิสิตอาจเขียนข้อร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรถึงอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ที่ปรึกษา หรือคณบดี โดยหลักสูตรมอบหมายให้อาจารย์ประจำหลักสูตรคนหนึ่งเป็นผู้รวบรวมและนำเสนอต่อหัวหน้าภาควิชา และคณบดีเพื่อให้ดำเนินการตามข้อร้องเรียน และแจ้งผลการดำเนินการต่อข้อร้องเรียนให้นิสิตที่ร้องเรียนทราบ

3.3.2 ในกรณีที่นิสิตมีความสงสัยเกี่ยวกับผลการประเมินในรายวิชาใดสามารถยื่นคำร้องถึงอาจารย์ผู้สอนเพื่อขอดูหลักฐานคะแนนการประเมินของอาจารย์ในแต่ละรายวิชาได้

3.3.3 หลักสูตรจัดให้มีการสำรวจประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการข้อร้องเรียนของนิสิต เพื่อนำผลการประเมินไปปรับปรุงระบบการร้องเรียนและการอุทธรณ์ของนิสิตต่อไป

## 4. อาจารย์

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมีกระบวนการรับอาจารย์ใหม่และแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร ดังนี้

### 4.1 การรับอาจารย์ใหม่

4.1.1 หลักสูตรมีการกำหนดกรอบอัตรากำลังในการประชุมภาควิชาการจัดการธุรกิจ เพื่อทดแทนอาจารย์ที่ต้องการลาศึกษาต่อ โดยชี้แจงความจำเป็นและกำหนดคุณสมบัติผู้สมัครบุคลากรสายวิชาการตรงตาม

หลักสูตร โดยพิจารณาจากแผนและทิศทางการพัฒนาของคณะ ภาควิชา และหลักสูตร จำนวนอาจารย์ต่อจำนวน นิสิตเต็มเวลา ให้ความสอดคล้องด้านเชี่ยวชาญของอาจารย์ในปัจจุบัน และความต้องการในอนาคต โดยมี คุณสมบัติอย่างน้อยเทียบเท่าประกาศคณะกรรมการบริหารงานบุคคลประจำมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่อง หลักเกณฑ์ และวิธีการเลือกพนักงานมหาวิทยาลัยฯ สายวิชาการ จากนั้นภาควิชาเสนอคณะเพื่อดำเนินการ ประกาศรับสมัครการประกาศรับสมัครต้องกระทำอย่างเป็นทางการและเปิดเผยตามหลักเกณฑ์และวิธีการเลือก พนักงานมหาวิทยาลัยฯ สายวิชาการ และเพื่อให้ได้ผู้มีศักยภาพเหมาะสมเป็นอาจารย์

4.1.2 คณะแต่งตั้งคณะกรรมการคัดเลือกบุคลากรสายวิชาการโดยมีองค์ประกอบตามที่ระบุใน ประกาศ คณะกรรมการบริหารงานบุคคลประจำมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการเลือก พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ ทั้งนี้คณะสามารถแต่งตั้งคณะอนุกรรมการในระดับภาควิชา เพื่อดำเนินการ กลั่นกรองเบื้องต้น และรายงานผลเบื้องต้นต่อคณะกรรมการคัดเลือกบุคลากรสายวิชาการ เพื่อพิจารณาก่อนที่จะ สรุปรายชื่อส่งกรรมการประจำคณะ และเสนอต่อมหาวิทยาลัยฯ

4.1.3 คณะฯ พิจารณาเกณฑ์การรับสมัครโดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่ทางคณะกรรมการนโยบายฯ ทั้ง ใน เรื่อง คุณสมบัติคะแนนสอบภาษาอังกฤษจาก TOEIC/TOEFL/IELTS/CU-TEP หรือ KU-EPT (เกณฑ์คะแนนขั้นต่ำตามที่กำหนดไว้ในรายละเอียดของแต่ละตำแหน่ง กรณีที่ไม่ได้จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างประเทศที่ใช้ ภาษาอังกฤษในการเรียนการสอน) และได้เพิ่มเกณฑ์การรับสมัครในปี 2557 โดยเพิ่มการทดสอบ จิตวิทยา ไว้ใน รายละเอียด นอกจากนี้ในส่วนเกณฑ์การคัดเลือก ผู้สมัครคณะฯ คัดเลือกโดยการสอบสัมภาษณ์ และการทดลอง สอนภายใต้การพิจารณาของคณะกรรมการสรรหา และคัดเลือกของคณะเพื่อให้ได้บุคลากรสายวิชาการที่มี คุณภาพตรงตามที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์กำหนด

4.1.4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้แต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาการบรรจุบุคคลเป็นพนักงาน มหาวิทยาลัยสายวิชาการเพื่อพิจารณาคุณสมบัติของผู้ผ่านการคัดเลือกจากคณะ โดยคณะจะทำบันทึกข้อความถึง กองการเจ้าหน้าที่ เพื่อเสนอคณะกรรมการพิจารณาการบรรจุบุคคลเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย สายวิชาการ พิจารณาคุณสมบัติของผู้ผ่านการคัดเลือก เมื่อคณะกรรมการพิจารณาการบรรจุบุคคลเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย สายวิชาการเห็นชอบแล้ว จึงเสนอประชุม กบม. ให้พิจารณาเห็นชอบ

4.1.5 คณะฯ จะประกาศผลการคัดเลือก การบรรจุบุคคลเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ ภายหลังจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์พิจารณาเห็นชอบแล้ว

4.1.6 เมื่อมีการรับอาจารย์ใหม่ได้ตามคุณสมบัติที่กำหนดแล้ว อาจารย์ใหม่จะได้รับการปฐมนิเทศ เบื้องต้นจากมหาวิทยาลัย ส่วนในระดับภาควิชา อาจารย์ใหม่จะได้รับการปฐมนิเทศโดยหัวหน้าภาควิชา เป็นผู้ให้ คำแนะนำอาจารย์ใหม่จะได้รับการแนะนำหลักสูตร และบทบาทรายวิชาที่สอนจากประธานหลักสูตร และอาจารย์ ประจำหลักสูตรการตลาดอาจารย์ใหม่จะได้รับผิดชอบในรายวิชาพื้นฐาน และรายวิชาที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ประจำหลักสูตรอย่างใกล้ชิด หรืออาจารย์ผู้มีประสบการณ์ในการสอนรายวิชานั้น มาก่อน

#### 4.2 อาจารย์ใหม่ประจำหลักสูตร

การแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรมีกระบวนการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร ดังนี้

4.2.1 ภาควิชาฯ ร่วมกับหลักสูตร ประชุมพิจารณาคัดเลือกอาจารย์ประจำภาควิชาจำนวน 5 คน เพื่อแต่งตั้งเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตร โดยพิจารณาจากคุณวุฒิ ตำแหน่งทางวิชาการ ผลงานวิจัยและวิชาการ ประสบการณ์

4.2.2 จัดทำแผนภูมิอาจารย์ประจำหลักสูตร และเสนอการเปลี่ยนแปลงอาจารย์ประจำหลักสูตร ตามแบบ สมอ.08 และ อจ.มก.

4.2.3 อาจารย์ประจำหลักสูตรประชุมร่วมกัน เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับโครงสร้างหลักสูตร รายวิชา ตัวอย่างแผนการเรียน การจัดทำ มคอ. 3 /5/7 แก่อาจารย์ใหม่ มอบหมายอาจารย์พี่เลี้ยง 1 คน เพื่อให้คำแนะนำ ดูแลอาจารย์ใหม่ประจำหลักสูตร

#### 4.3 การพัฒนาอาจารย์ด้านวิชาการและวิชาชีพด้านอื่นๆ

4.3.1 มีการส่งเสริมให้อาจารย์ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ

4.3.2 จัดให้มีกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การสอนระหว่างอาจารย์ที่มีผลการสอนดีเด่น เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ให้แก่อาจารย์ท่านอื่นๆ ในแต่ละภาคการศึกษา

4.3.3 มอบหมายให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการ เพื่อเข้าร่วมการประกวดแข่งขันของนิสิตระดับภูมิภาคและระดับชาติเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์อาจารย์ในโลกธุรกิจและด้านการบริหารการตลาด

4.3.4 ส่งเสริมให้อาจารย์เป็นผู้จัดโครงการการบริการวิชาการ หรือโครงการพัฒนาวิชาการ รวมถึงการรับเชิญเป็นวิทยากรพิเศษให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเพิ่มประสบการณ์ด้านการบริการวิชาการ

### 5. หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

#### 5.1 การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา

5.1.1 มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบการวางระบบผู้สอน กระบวนการจัดการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา และการออกแบบหลักสูตร ควบคุม กำกับกับการจัดทำรายวิชาต่างๆ ให้มีเนื้อหาที่ทันสมัย โดยมีคณะกรรมการการศึกษาประจำคณะเป็นผู้กำกับดูแลและคอยให้คำแนะนำ ตลอดจนกำหนดนโยบายปฏิบัติ ให้แก่อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรจะวางแผนการจัดการเรียนการสอนร่วมกับ คณะกรรมการการศึกษาประจำคณะและอาจารย์ผู้สอน ติดตามและรวบรวมข้อมูล สำหรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรโดยกระทำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

5.1.2 มีการประชุมเตรียมความพร้อมก่อนเปิดการเรียนการสอนในแต่ละภาคเรียน

5.1.3 มีการมอบหมายหน้าที่ในการจัดทำรายละเอียดวิชา การรายงานผลรายวิชา และหลักสูตร การพัฒนาและประเมินหลักสูตร ตามกำหนดเวลา

5.1.4 มีการประชุมสรุปผลการดำเนินงาน ระบุ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหา ในการบริหารหลักสูตร อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

#### 5.2 การประเมินผู้เรียน

มีการดำเนินการตามกระบวนการของระบบประกันคุณภาพภายในของมหาวิทยาลัย โดยการทวนสอบระดับรายวิชา ขณะนิตยยังไม่สำเร็จการศึกษา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของวิชาที่เปิดสอนในภาคการศึกษานั้น นิสิตมีการประเมินอาจารย์ผู้สอนด้วยระบบออนไลน์ อย่างน้อยสองครั้งต่อภาคการศึกษา ตามนโยบายของมหาวิทยาลัย

## 6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

6.1 มหาวิทยาลัยอนุมัติจัดสรรงบประมาณประจำปี ให้กับคณะ ทั้งงบประมาณแผ่นดินและเงินรายได้เพื่อ จัดทำตำรา สื่อการเรียนการสอน โสตทัศนูปกรณ์ วัสดุ ครุภัณฑ์อย่างเพียงพอ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนใน ชั้นเรียน และการสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมเอื้อต่อการเรียนรู้ ที่ผ่านมามีความพร้อมด้านหนังสือ ตำรา และการสืบค้นผ่านฐานข้อมูล โดยมีวิทยาเขตฯ เป็นผู้รับผิดชอบการให้บริการแก่นิสิต อาจารย์ และบุคลากรของ วิทยาเขตฯ การบริหารจัดการทรัพยากรที่ใช้ในการเรียนการสอน ได้แก่ หนังสือ ตำรา ฐานข้อมูล อุปกรณ์ สนับสนุนการเรียนอยู่ในความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างคณะกับวิทยาเขตฯ

6.2 คณะจัดให้มีผู้รับผิดชอบตรวจสอบการเบิกจ่ายงบประมาณ เพื่อให้การดำเนินงานของคณะเป็นไป ตามแผนงานและสามารถใช้งบประมาณเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่นิสิตให้มากที่สุด และมีประสิทธิภาพ

6.3 คณะมีการจัดสรรงบประมาณประจำปี สำหรับจัดทำทรัพยากรในการเรียนการสอน โดยให้ทาง หลักสูตรเสนอความต้องการทรัพยากรต่อภาควิชา นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนของแต่ละรายวิชาจะมีส่วนร่วมในการ เสนอแนะรายชื่อนักเรียน ตลอดจนสื่ออื่นๆ ที่จำเป็นในการเรียนการสอนทางวิชาชีพการตลาด เช่น กล้อง บันทึกรูปภาพ โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ ไมโครโฟน Wireless สำหรับบันทึกเสียง เม้าส์แบบปากกา เป็นต้น โดยมีการ ประชุมปรึกษาหารือเพื่อวางแผนการจัดทำข้อเสนองบประมาณครุภัณฑ์ และอุปกรณ์การเรียนการสอนทุกปี การศึกษา

6.4 มหาวิทยาลัยจัดให้มีการประเมินความพึงพอใจของนิสิตต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เป็นประจำใน ทุกภาคการศึกษาเพื่อพิจารณาปรับปรุงการจัดบริการตามผลการประเมิน

## 7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีการศึกษา				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร	X	X	X	X	X
2. มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบ มาตรฐาน คุณวุฒิแห่งชาติ หรือ มาตรฐานคุณวุฒิสาขา/สาขาวิชา (ถ้ามี)	X	X	X	X	X
3. มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนใน แต่ละภาค การศึกษาให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
4. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการดำเนินการ ของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และมคอ.6 ภายใน 30 วัน หลัง สิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	X	X	X	X	X
5. จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	X	X	X	X	X

ตัวบ่งชี้และเป้าหมาย	ปีการศึกษา				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
6. มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ.3 และ มคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	X	X	X	X	X
7. มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือ การประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำคณะให้ดำเนินการ	X	X	X	X	X
8. อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคน ได้รับการปฐมนิเทศโดยเฉพาะ เป้าประสงค์ของหลักสูตรหรือคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน จัดการเรียนการสอน	X	X	X	X	X
9. อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่สอนหรือเทคนิคการเรียนการสอนอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	X	X	X	X	X
10. บุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอนทุกคน ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ให้กับนิสิต (ถ้ามี) ได้รับการพัฒนาวิชาการ และ/หรือวิชาชีพ ภายใต้อำนาจรับผิดชอบของส่วนงานต้นสังกัด และมีการนำผลไปปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	X	X	X	X	X
11. ระดับความพึงพอใจของนิสิตปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อคุณภาพการบริหารหลักสูตรโดยรวมเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 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) จัดให้มีการประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรร่วมกับอาจารย์ผู้สอนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการและกลยุทธ์การสอนเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในด้านต่างๆ เป็นประจำภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง

2) จัดประชุมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตรหรือวิธีการสอน เพื่อปรับปรุงเทคนิควิธีการสอนให้มีประสิทธิภาพ

3) ให้นิสิตประเมินการเรียนการสอนแต่ละรายวิชา ๑ ละ 2 ครั้ง จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลการประเมินของนิสิตเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการเรียนการสอน โดยรายวิชาใดที่ได้คะแนนการประเมินต่ำกว่า 3.5 นั้นถือว่าต้องการการปรับปรุงอย่างมาก ซึ่งกรรมการบริหารหลักสูตรจะต้องรีบดำเนินการแก้ไข

4) การสังเกตพฤติกรรม การโต้ตอบของนิสิต และการสอบถามจากนิสิตถึงประสิทธิผลการเรียนรู้จากวิธีการสอนที่ใช้

#### 1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

1) ให้นิสิตทำการประเมินการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา ภาคการศึกษาละ 2 ครั้ง

2) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรหรือหัวหน้าภาคสังเกตการณ์การเรียนการสอนของอาจารย์

3) การทดสอบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในหลักสูตรโดยเทียบเคียงกับนักศึกษาของสถาบันอื่นในหลักสูตรเดียวกัน

4) การจัดอันดับเกี่ยวกับกระบวนการในการพัฒนาความรู้และทักษะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดที่นิสิตต้องการ

### 2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

กระบวนการที่ใช้เพื่อจะได้ข้อมูลต่างๆย้อนกลับในการประเมินคุณภาพของหลักสูตรในภาพรวมและการบรรลุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังจากกลุ่มบุคคล ดังนี้

1) นิสิตและบัณฑิต ทำการสำรวจข้อมูลจากนิสิตใหม่และนิสิตปีสุดท้าย

2) ผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือผู้ประเมินภายนอกเป็นผู้ให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะ

3) สำรวจข้อมูลจากผู้ใช้บัณฑิตและ/หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ

### 3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

ดำเนินการประเมินตามตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานที่ระบุในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยคณะกรรมการประเมินอย่างน้อย 3 คน ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขา/สาขาวิชาเดียวกันอย่างน้อย 1 คน ซึ่งเป็นคณะกรรมการประเมินชุดเดียวกับการประกันคุณภาพภายใน

### 4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

4.1 รวบรวมข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการประเมินของบุคคลทั้ง 3 กลุ่มตามข้อ 2

4.2 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในแง่ของข้อดี ข้อเสีย โอกาสและอุปสรรค ของการดำเนินงานหลักสูตร โดยผู้บริหารหลักสูตร หัวหน้าภาควิชา ร่วมกับคณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง

4.3 เสนอแนวทางและแผนการพัฒนาปรับปรุง และบรรจุแผนการปรับปรุงหลักสูตรไว้ในยุทธศาสตร์การบริหารงานของภาควิชา



บรรณานุกรมผลงานวิชาการ

- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร  
 อาจารย์ผู้สอน

- อาจารย์ประจำหลักสูตร  
 อาจารย์พิเศษ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กันยารัตน์ สุขะวันกุล

ผลงานวิจัย

กันยารัตน์ สุขะวันกุล จาริตา หินเธาว์ และเปรมฤดี จิตรเกื้อกุล. 2556. การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผ้าฝ้ายอ้อมครามเพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร. เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยนานาชาติ ครั้งที่ 6. วันที่ 30 สิงหาคม 2556. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

กันยารัตน์ สุขะวันกุล และจาริตา หินเธาว์. 2556. แนวทางในการส่งเสริมการตลาด“ผ้าขาวม้า”เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดสกลนคร. เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการงานเกษตรแฟร์ “ภูมิปัญญาแห่งอีสาน” ครั้งที่ 1. วันที่ 28 พฤศจิกายน 2556. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร.

บรรณานุกรมผลงานวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร  
 อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ประจำหลักสูตร  
 อาจารย์พิเศษ

นางสาวจิตพิสุทธิ์ บุปผาพันธ์ (อาจารย์)

ผลงานวิจัย

Buphapan, J. 2016. Factors Influencing Consumer Purchase Intention of “KU Phuphan Black-bone Chicken product” in Sakon Nakhon Province, Thailand: A study based on the Theory of Planned Behavior (TPB). The Proceeding of 9th International Conference on Economics, Finance and Management Outlooks. 2 December, 2016. Hong Kong, CHINA.

บรรณานุกรมผลงานวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร  
 อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ประจำหลักสูตร  
 อาจารย์พิเศษ

นางสาวเปรมฤดี จิตรเกื้อกุล (อาจารย์)

ผลงานวิจัย

กันยรัตน์ สุขะวิธกุล จาริตา หินเฮอร์ และเปรมฤดี จิตรเกื้อกุล. 2556. การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผ้าฝ้ายอ้อม  
ครามเพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร. เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการและ  
นำเสนอผลงานวิจัยนานาชาติ ครั้งที่ 6. วันที่ 30 สิงหาคม 2556. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

Premruedee Jitkuekul. 2012. Evaluating the Role of Customer Engagement and Pro-  
Environmental Identification on Theory of Planned Behavior to Predict Green  
Consumption Behavior. The Proceeding of the International Business Management  
Research Conference (IBMRC). 16 November, 2012. Faculty of Business Administration,  
ChiangMai University, THAILAND.

บรรณานุกรมผลงานวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร  
 อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ประจำหลักสูตร  
 อาจารย์พิเศษ

นางสาวศิริรนา คำทะเนตร (อาจารย์)

1. ผลงานวิจัย

Watinee Nitjumroon, Watcharapong Intrawong and Sirinna Hatlem. 2016. The Effect of Organization Health on Employees Engagement: A Case Study of Thai Rubber Estate Organization. The proceeding of International Conference on Business and Social Sciences. March 29-31, 2016 at Kyoto, JAPAN.

บรรณานุกรมผลงานวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร  
 อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ประจำหลักสูตร  
 อาจารย์พิเศษ

นางสาวสุพรรณิการ์ สุภพล (อาจารย์)

ผลงานวิจัย

Supapon, S. 2015. Exploration of community products to raise the standard level of the Bung Khong Long District, Bung Kan province. The Proceeding of SNRU-IC 2015. วันที่ 24 กรกฎาคม 2558. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.



ประกาศคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ  
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
หลักสูตรใหม่ พ.ศ.๒๕๖๐

ตามที่สภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีมติเห็นชอบให้แยกเล่มหลักสูตร (มคอ.๒) โดยใช้ชื่อหลักสูตรเดียวกัน/ต่างกัน และจัดการเรียนการสอนต่างวิทยาเขต ในวาระพิเศษ ครั้งที่ ๔/๒๕๕๙ เมื่อวันที่ ๑๑ เมษายน พ.ศ.๒๕๕๙ นั้น คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการและต้นสังกัดหลักสูตรพิจารณาเห็นว่าให้หลักสูตรที่ขอใช้จากวิทยาเขตอื่น ดำเนินการแยกเล่มหลักสูตร ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเรียบร้อยในการดำเนินการด้านหลักสูตรที่มีการแยกเล่ม จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรใหม่ พ.ศ.๒๕๖๐ ดังนี้

- |  |                            |
|--|----------------------------|
| ๑. คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ | ที่ปรึกษา                  |
| ๒. รองคณบดีฝ่ายวิชาการ                 | ที่ปรึกษา                  |
| ๓. อ.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล              | ประธานคณะกรรมการ           |
| ๔. ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย               | กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก |
| ๕. อ.เรนัส เสริมบุญสร้าง               | กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก |
| ๖. อ.ณัฐกัญญา ชินนรานันท์              | กรรมการ                    |
| ๗. ผศ.ดาวรุ่ง โอยเดช                   | กรรมการ                    |
| ๘. อ.สุพรรณนิการ์ สุขพล                | กรรมการ                    |
| ๙. อ.จิตพิสุทธิ์ บุบผาพันธ์            | กรรมการ                    |
| ๑๐. อ.ศิริณา คำทะเนตร                  | กรรมการ                    |
| ๑๑. ผศ.กันยารัตน์ สุขะวิธกุล           | กรรมการและเลขานุการ        |

โดยให้คณะกรรมการชุดนี้มีหน้าที่พัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรใหม่ พ.ศ.๒๕๖๐ ของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนครให้เสร็จสมบูรณ์

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๕๙

(อาจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ ประสันแพงศรี)

คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

สภา มก. อนุมัติในการประชุมครั้งที่ ..... ๕ / ๒๕๖๖

เมื่อวันที่ ..... ๒๕ / พฤษภาคม / ๒๕๖๖

อธิการบดีให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖  
แบบในการเสนอขอปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร

เพื่อเสนอมหาวิทยาลัย

การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๖

(หลักสูตรปรับปรุงแบบแยก)

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. หลักสูตรฉบับดังกล่าวนี้ ได้รับทราบ/รับรองการเปิดสอนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ และได้รับอนุมัติเปิดสอนจากสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ ๒๘ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๕ และวันที่ ๒๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๖
2. สภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้อนุมัติการปรับปรุงแก้ไขครั้งนี้แล้ว ในคราวประชุม ครั้งที่ ๖/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๓๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ และครั้งที่ ..... ๕ / ๒๕๖๖ ..... เมื่อวันที่ ..... ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖
3. หลักสูตรปรับปรุงแก้ไขนี้ เริ่มใช้ตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๖ เป็นต้นไป
4. เหตุผลในการปรับปรุงแก้ไข
  - 4.1 เพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถของนิสิตในการประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม
  - 4.2 เพื่อให้มีรายวิชาที่พัฒนานิสิตในด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ ความรู้ความสามารถทั่วไป บุคลิกภาพและคุณธรรมจริยธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต
  - 4.3 เพื่อปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม
  - 4.4 เพื่อเพิ่มพูนความรู้เชิงวิชาการเพื่อเป็นรากฐานในการค้นคว้าและวิจัยในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
  - 4.6 เพื่อปรับปรุงหลักสูตรแบบแยกและใช้ทดแทนหลักสูตรใช้ร่วมกับคณะบริหารธุรกิจ
5. สาระในการปรับปรุงแก้ไข
  - 5.1 เพิ่มจำนวนหน่วยกิตรวมรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า ๑๓๒ หน่วยกิตเป็นไม่น้อยกว่า ๑๓๓ หน่วยกิต โดย - เพิ่มจำนวนหน่วยกิตหมวดวิชาเฉพาะ จากไม่น้อยกว่า ๙๔ หน่วยกิตเป็นไม่น้อยกว่า ๙๗ หน่วยกิต - เพิ่มจำนวนหน่วยกิตเฉพาะบังคับ จาก ๓๑ หน่วยกิตเป็น ๓๔ หน่วยกิต
  - 5.2 ปรับโครงสร้างหมวดวิชาศึกษาทั่วไปใหม่จาก ๕ กลุ่มวิชา เป็น ๕ กลุ่มสาระ
  - 5.3 เปิดรายวิชาใหม่ จำนวน ๔ วิชา ดังนี้

01134325	การตลาดการท่องเที่ยว	3(3-0-6)
01134332	การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)
01134333	การตลาดผลิตภัณฑ์หรูหรา	3(3-0-6)
01134492	ฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด	3
  - 5.4 ปรับปรุงรายวิชา จำนวน ๒ วิชา ดังนี้

01134322	การตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
01134355	การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	3(3-0-6)
  - 5.5 ยกเลิกรายวิชา จำนวน ๗ 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	การจัดการกิจการพาณิชย์	3(3-0-6)
01355xxx	ภาษาอังกฤษ	9(--)

5.6 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			
ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่ม				
วิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ไม่น้อยกว่า หน่วยกิต 6				
1.2 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3 หน่วยกิต			
ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดศึกษาทั่วไปกลุ่ม				
วิชาสังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต				
1.3 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3 หน่วยกิต			
ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดศึกษาทั่วไปกลุ่ม				
วิชามนุษยศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต				
1.4 กลุ่มวิชาภาษา	18 หน่วยกิต			
01355xxx ภาษาอังกฤษ	9(- -)			
และให้เลือกเรียนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษา 3				
หน่วยกิต จากรายวิชา				
การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น 01136111	(6-0-3)3			-ยกเลิกรายวิชา
หรือ				
ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 01999201	(6-0-3)3			
และให้เลือกเรียนภาษาต่างประเทศอีก หน่วยกิต 6				
1.5 กลุ่มวิชาพลศึกษา	2 หน่วยกิต			
01175xxx กิจกรรมพลศึกษา	1,1(0-2-1)			
		1.1 กลุ่มสาระอยู่ดีมีสุข ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	-ยกเลิกรายวิชา
		01175xxx กิจกรรมพลศึกษา	1(0-2-1)	-ปรับโครงสร้างใหม่
		และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในกลุ่มสาระ		
		อยู่ดีมีสุขอีก ไม่น้อยกว่า 2 หน่วยกิต		
		1.2 กลุ่มสาระศาสตร์แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า	3 หน่วยกิต	
		ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระศาสตร์		
		แห่งผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		
		1.3 กลุ่มสาระภาษากับการสื่อสาร	13 หน่วยกิต	
		ให้เลือกเรียนหนึ่งวิชา 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
		และให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มสาระ		
		พลเมืองไทยและพลเมืองโลกอีก ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต		
		1.5 กลุ่มสาระสุนทรียศาสตร์ ไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต	
		ให้เลือกเรียนจากรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป 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	การบัญชีขั้นกลาง I 3(3-0-6)	01130112	การบัญชีขั้นกลาง I 3(3-0-6)	
01130211	การบัญชีขั้นกลาง II 3(3-0-6)	01130211	การบัญชีขั้นกลาง II 3(3-0-6)	
- กลุ่มวิชาการเงิน		- กลุ่มวิชาการเงิน		
01131312	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 พุทธศักราชองค์การ	3(3-0-6)	01132221 พุทธศักราชองค์การ	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 พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น	3(3-0-6)	01133242 พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น	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 การจัดการกิจการพาณิชยนาวิ	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