



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
หลักสูตรปรับปรุง พุทธศักราช 2564

คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

รายละเอียดของหลักสูตร  
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด  
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
คณะ วิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร : 25511641102978  
ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Marketing

#### 2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)  
ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : บธ.บ. (การตลาด)  
ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Bachelor of Business Administration (Marketing)  
ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.B.A. (Marketing)

#### 3. วิชาเอก (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 128 หน่วยกิต

#### 5. รูปแบบของหลักสูตร

##### 5.1 รูปแบบ

เป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรีตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552

##### 5.2 ประเภทของหลักสูตร

- ☒ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ
- ☒ ปริญญาตรีทางวิชาการ
- ☐ ปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาการ
- ☐ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพ
- ☐ ปริญญาตรีทางวิชาชีพ
- ☐ ปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพ
- ☐ หลักสูตรปริญญาตรีปฏิบัติการ
- ☐ ปริญญาตรีปฏิบัติการ
- ☐ ปริญญาตรีแบบก้าวหน้าปฏิบัติการ

### 5.3 ภาษาที่ใช้

ภาษาที่ใช้ในการเรียนการสอนเป็นภาษาไทย

### 5.4 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี

### 5.5 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะสถาบัน

### 5.6 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาเดียว

## 6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ☒ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 เปิดสอนภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564  
ปรับปรุงจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559  
เริ่มใช้มาตั้งแต่ปีการศึกษา 2551  
ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อปีการศึกษา 2559
- ☒ ได้พิจารณากลับกรองโดยสภาวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในการประชุม  
ครั้งที่ 7/2563 เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2563
- ☒ ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
ในการประชุมครั้งที่ 8/2563 เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2563

## 7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามมาตรฐานคุณวุฒิ  
ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2566

## 8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- 8.1 เจ้าของธุรกิจ / ผู้ประกอบการ
- 8.2 นักวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
- 8.3 ที่ปรึกษาด้านการตลาด
- 8.4 นักการตลาดระหว่างประเทศ
- 8.5 นักวิจัยตลาด
- 8.6 นักสื่อสารทางการตลาด
- 8.7 นักโฆษณา
- 8.8 นักการตลาดดิจิทัล
- 8.9 นักกิจกรรมทางการตลาด
- 8.10 นักประชาสัมพันธ์
- 8.11 ตัวแทนขาย
- 8.12 พนักงานขาย
- 8.13 พนักงานฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 8.14 พนักงานส่งเสริมการตลาด
- 8.15 เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์
- 8.16 เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ

8.17 งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ

8.18 อาจารย์/ครู/ นักวิชาการ

## 9. ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

| ลำดับ | ชื่อ-สกุล                | ตำแหน่งทางวิชาการ      | คุณวุฒิ                  | วิชาเอก/<br>สาขาวิชา           | การสำเร็จการศึกษา                       |         |
|-------|--------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------|---------|
|       |                          |                        |                          |                                | สถาบัน                                  | ปี พ.ศ. |
| 1     | นางสาวมีพร หาญชัยสุขสกุล | ผู้ช่วย<br>ศาสตราจารย์ | บธ.ม.<br>บธ.บ.           | การตลาด<br>การตลาด             | มหาวิทยาลัยรามคำแหง                     | 2544    |
|       |                          |                        |                          |                                | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์                | 2530    |
| 2     | นางจาริณี เขียวเจริญ     | ผู้ช่วย<br>ศาสตราจารย์ | บธ.ม.<br>บธ.บ.           | การตลาด<br>การจัดการ<br>ทั่วไป | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย                  | 2542    |
|       |                          |                        |                          |                                | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย                  | 2534    |
| 3     | นางรรินา มุกดา           | อาจารย์                | D.B.A.<br>บธ.ม.<br>บธ.บ. | Business<br>การตลาด<br>การตลาด | Universiti Utara Malaysia               | 2563    |
|       |                          |                        |                          |                                | มหาวิทยาลัยรามคำแหง                     | 2548    |
|       |                          |                        |                          |                                | มหาวิทยาลัยทักษิณ                       | 2543    |
| 4     | นางสิริชนก อินทสุวรรณ์   | อาจารย์                | บธ.ม.<br>บธ.บ.           | การตลาด<br>การตลาด             | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย                  | 2541    |
|       |                          |                        |                          |                                | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย                  | 2535    |
| 5     | นางสาวสิริกันยา โชติช่วง | อาจารย์                | บธ.ม.<br>บธ.บ.           | การตลาด<br>การตลาด             | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ              | 2553    |
|       |                          |                        |                          |                                | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี<br>ราชมงคลศรีวิชัย | 2551    |

## 10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

## 11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

## 11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

จากสถานการณ์การพัฒนาเศรษฐกิจปัจจุบันอยู่ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-พ.ศ.2564) เศรษฐกิจโลกยังอยู่ในช่วงของการฟื้นตัวจากปัญหาวิกฤติต่าง ๆ การแข่งขันในตลาดโลกจะรุนแรงขึ้นโดยที่ประเทศต่าง ๆ มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมมาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพมาต่อเนื่องหลายปีทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซาและข้อจำกัดภายในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า 5 ปีต่อจากนี้ไปจึงเป็นช่วงเวลาของการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยให้กลับมาขยายตัวได้สูงขึ้นโดยการเร่งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ตามแผนที่วางไว้และสร้างบรรยากาศการลงทุนที่จูงใจให้ภาคเอกชนขยายการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาเป้าหมายสำคัญ

การขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 จะเน้นการพัฒนาโดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นก้าวหน้าที่จะเข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล การพัฒนาและยกระดับคุณภาพของกำลังคน ความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิตและบริการเดิม รวมทั้งการต่อยอดการผลิตและบริการเดิม โดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ นอกจากนั้น จะให้ความสำคัญกับการใช้ศักยภาพของ

ทรัพยากรชีวภาพ การส่งเสริมการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่และการพัฒนาตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ การผสมผสานภาคบริการเข้ากับการค้าและการเตรียมความพร้อมของภาคบริการให้สามารถรองรับการแข่งขันที่เสรีขึ้น การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ขายเป็น โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการที่สูงขึ้น รวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมรวมทั้งพัฒนาระบบและกลไก ตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสเศรษฐกิจให้คนในชุมชนและท้องถิ่นเพื่อแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งอยู่ในส่วนที่ 4 ของยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเน้นการสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีจิตวิญญาณในการเป็นผู้ประกอบการที่มีทักษะในการทำธุรกิจ รู้จักใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิต การจัดการ การขาย หรือเป็น Smart SMEs และพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง โดยสนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนตามความพร้อมและศักยภาพในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการกำหนดหลักสูตรที่เกี่ยวกับทักษะการเป็นผู้ประกอบการทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอุดมศึกษา และสายอาชีพให้มีความรู้ความเข้าใจในการเริ่มต้นธุรกิจ และตระหนักถึงแนวโน้มการทำธุรกิจสีเขียว ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมในสถานศึกษาให้เอื้อต่อการเรียนรู้และกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ต้องสร้างสังคมผู้ประกอบการโดยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำธุรกิจทั้งในเรื่องการเข้าถึงข้อมูลด้านธุรกิจและสิทธิประโยชน์ แหล่งเงินทุน นวัตกรรมสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการและการตลาด รวมทั้งกำหนดมาตรการสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมาย และพัฒนากลไกสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตและแข่งขันได้

จากสภาวะการณ์ปัจจุบันประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 อีกทั้งพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาที่มุ่งเน้นการจัดการศึกษาที่หลากหลาย ผลิตบัณฑิต และพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีคุณภาพและคุณธรรมและสามารถแข่งขันได้ และวิสัยทัศน์ของคณะวิทยาการจัดการที่กล่าวไว้ว่า ผู้นำในการสร้างผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นและผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ จากที่กล่าวมาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงเห็นความสำคัญของการปรับปรุงหลักสูตร เพื่อให้ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้ความสามารถตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการในท้องถิ่น และพัฒนาหลักสูตรให้นักศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ เรียนรู้และให้ความสำคัญกับตลาดสีเขียว รวมทั้งการมุ่งเน้นการเข้าถึงชุมชนที่เป็นพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา โดยส่งเสริมให้มีการทำกิจกรรมกับองค์กรภายนอกทั้งในรูปแบบของการออกแบบรายวิชาและผ่านโครงการกิจกรรม เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพให้กับผู้เรียนและร่วมกันสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่น รวมถึงให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประยุกต์ใช้ในองค์กรทุกระดับ เน้นการรู้จักการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และต้องนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ โดยยึดแนวทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 มาใช้พัฒนาการเรียนการสอนในหลักสูตรต่อไป

## 11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

จากสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาหลักสูตรที่มีศักยภาพจำเป็นต้องพัฒนาในเชิงรุกและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามบริบทสถานการณ์ปัจจุบันโดยให้เหมาะสมตามพื้นที่ เพื่อบริการการแข่งขันในการประกอบธุรกิจ การผลิตบุคลากรทางด้านการตลาดที่พร้อม

ปฏิบัติงานได้ และสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นการจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลาซึ่งเป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติอันหลากหลาย เป็นเมืองท่าเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้ และเป็นศูนย์กลาง การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตที่หลากหลาย เนื่องจากเป็นที่อยู่อาศัยของ กลุ่มคน 3 เชื้อชาติคือ ไทย จีน และอิสลาม เป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย มีพื้นที่ติดต่อกับ รัฐเคดาห์ (ไทรบุรี) ของมาเลเซีย มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติ และเป็นศูนย์กลางการค้า การคมนาคม หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงเห็นความสำคัญของการปรับปรุงให้มีความสอดคล้องกับสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ในการปรับปรุงหลักสูตรจึงเน้นที่นำความรู้ไปสู่การปฏิบัติ ผู้เรียนต้องได้รับการศึกษาที่สอดคล้องกับเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาประเทศและท้องถิ่นเป็นสำคัญ โดยสิ่งที่เรียนต้องเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต สังคมและเศรษฐกิจ หลักสูตรมุ่งเน้นพัฒนาทักษะของผู้เรียน โดยเฉพาะหลักสูตรในศตวรรษที่ 21 เน้นการพัฒนาทักษะที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ดังนั้นการพัฒนา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จึงให้ความสำคัญกับการนำความคิดเห็นของ ผู้ใช้บัณฑิต ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน และผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ ในสาขาวิชา มาใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย และตอบโจทย์การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

## 12. ผลกระทบจากข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

### 12.1 การพัฒนาหลักสูตร

การพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรับปรุงพ.ศ. 2564 ตามการวิเคราะห์ผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอก และหลักสูตรได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้จาก ความคิดเห็นของผู้ใช้บัณฑิต ผู้ทรงคุณวุฒิ/นักวิชาการ ศิษย์เก่า และนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดชั้นปีที่ 4 มาใช้ในการปรับปรุงหลักสูตร เพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยีและความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต โดยมุ่งสร้างบัณฑิตทางด้านการตลาดที่มีคุณธรรมจริยธรรม มีจิตสาธารณะ คิดอย่างเป็นระบบ สามารถทำงานเป็นทีม เพื่อปฏิบัติงานในองค์กรท้องถิ่นและสามารถเป็นผู้ประกอบการได้

### 12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

ด้านการเรียนการสอน เน้น Active Learning เน้นการฝึกปฏิบัติ ด้านความรู้ คิดวิเคราะห์ แยกแยะ เพื่อชี้ประเด็นในการตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณ มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนางานและนำสู่ การปฏิบัติจริง รวมทั้งความรู้จากวิทยากรภายนอก มีการส่งเสริมและสร้างกลไกในการแก้ปัญหา เป็นผู้มีความรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (Long Life Learning) ด้วยรูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลาย เน้นกระบวนการคิดและสร้างสรรค์ผลงานผ่านการปฏิบัติที่มีรายวิชา โครงการการตลาด และงานเพื่อให้ บัณฑิตสามารถทำงานได้

ด้านการวิจัย นักศึกษาได้รับความรู้จากการทำวิจัยในรายวิชาการวิจัยตลาด โดยนักศึกษา จะนำความรู้ที่ได้รับจากการใช้ทักษะ ด้านการวิจัยในกลุ่มรายวิชาและมีการบูรณาการระหว่างการเรียน การสอนกับวิจัย โดยเน้นการวิจัยทางการตลาด

ด้านการบริการวิชาการ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่น การเรียนการสอนในหลักสูตร จึงมีรายวิชาบูรณาการร่วมกับบริการวิชาการ โดยให้นักศึกษาลงพื้นที่ร่วมกัน เพื่อค้นหาปัญหาในสภาพจริงนำความรู้ทางด้านการตลาดไปช่วยแก้ปัญหาผู้ประกอบการในท้องถิ่น

ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยมีการจัดการเรียนการสอนบูรณาการด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ในรายวิชาโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และปลูกฝังให้นักศึกษาได้อนุรักษ์ สืบสาน วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นและสังคม

หลักสูตรมุ่งผลิตบัณฑิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานโดยบัณฑิตมีระเบียบวินัย มีความกระตือรือร้น และมีจิตสาธารณะ มีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด หลักการบริหารงาน ด้านบริหารธุรกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีระบบ แยกแยะ ตัดสินใจอย่างมี วิจารณญาณ โดยมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนางานและนำสู่การปฏิบัติจริง รวมทั้งทักษะในการสร้าง ความสัมพันธ์กับบุคคลและทำงานเป็นทีม มีทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศใน การบริหารธุรกิจ โดยเน้นการสร้างบัณฑิตให้มีความรู้ทางด้านการตลาด รู้จักการคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา การทำงานเป็นทีม รู้จักใช้การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานของหน่วยงาน อย่างมีประสิทธิภาพ

หลักสูตรเน้นการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านการวิจัย ด้านการบริการวิชาการ และด้านทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้บัณฑิตมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเข้าสู่สากล

### 13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะอื่นของสถาบัน

#### 13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนโดยคณะ/หลักสูตรอื่น

##### 13.1.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- (1) กลุ่มวิชาภาษา และการสื่อสาร
- (2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์
- (3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์
- (4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

##### 13.1.2 หมวดวิชาเฉพาะ

วิชาแกนที่จัดสอนโดยหลักสูตรอื่น ประกอบด้วย ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ หลักการตลาด ผู้ประกอบการและการจัดการสมัยใหม่ การบริหารการผลิตและการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ เศรษฐศาสตร์เพื่อธุรกิจ สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ การบัญชีธุรกิจ การเงินธุรกิจ

##### 13.1.3 หมวดวิชาเลือกเสรี

#### 13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรนี้ที่เปิดสอนให้หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

รายวิชาที่เปิดสอนให้หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน คือ วิชาหลักการตลาด

#### 13.3 การบริหารจัดการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรร่วมกันบริหารจัดการการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมเสริมทักษะด้านต่าง ๆ การประเมินผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของรายวิชา และเป็นไปตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ นอกจากนั้น ดำเนินการประสานงานกับคณะหรือหลักสูตรอื่นที่รับผิดชอบรายวิชาในหลักสูตรสาขาวิชา การตลาด รวมทั้งหลักสูตรอื่นที่รับบริการการสอนจากหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด เพื่อให้ได้คุณภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ ข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง และประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

## หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

### 1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

#### 1.1 ปรัชญาของหลักสูตร

สร้างบัณฑิตด้านการตลาดที่มีคุณธรรมจริยธรรม คิดอย่างเป็นระบบ คิดสร้างสรรค์ สามารถทำงานเป็นทีม บูรณาการความรู้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานท้องถิ่น หรือเป็นผู้ประกอบการ

#### 1.2 ความสำคัญของหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตที่สามารถปรับตัวในการทำงานได้ตามบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจและองค์กรท้องถิ่น

#### 1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. ผลิตบัณฑิตให้มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความกระตือรือร้น ซื่อสัตย์และมีจิตสาธารณะ
2. ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด หลักการบริหารงาน ด้านบริหารธุรกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน
3. ผลิตบัณฑิตให้สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ แยกแยะ ชี้ประเด็นในการตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณ แก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ
4. ผลิตบัณฑิตให้มีความคิดสร้างสรรค์ พัฒนางานและนำไปสู่การปฏิบัติ
5. ผลิตบัณฑิตให้มีทักษะทำงานเป็นทีม เอื้อต่อการแก้ปัญหาของทีม
6. ผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในด้านธุรกิจ

### 2. แผนพัฒนา/ปรับปรุง

| แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง                                                                                                                               | กลยุทธ์                                                                                                                                                                                                                                                    | หลักฐาน/ตัวบ่งชี้                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ให้มีมาตรฐานตามที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนด                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาหลักสูตรโดยอิงมาตรฐานตามสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา</li> <li>- ติดตามประเมินหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>- พัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับปรัชญาของมหาวิทยาลัย ปรัชญาของคณะ และปรัชญาของหลักสูตร</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารปรับปรุงหลักสูตรทุก 5 ปี</li> <li>- รายงานผลการประเมินหลักสูตร</li> </ul>                                                                                                                             |
| 2. ปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดตามการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจรวมทั้งยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ</li> <li>- ประเมินและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง</li> </ul>                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต</li> <li>- ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจในด้านทักษะ ความรู้ความสามารถในการทำงานของบัณฑิต</li> <li>- จำนวนบัณฑิตที่ได้รับการจ้างงานหลังจากสำเร็จการศึกษา</li> </ul> |



| แผนการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง                                                                     | กลยุทธ์                                                                                                                                                                                                                                                       | หลักฐาน/ตัวบ่งชี้                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. พัฒนาบุคลากรให้บูรณาการการเรียนการสอนกับการบริการวิชาการ ทำนุศิลปวัฒนธรรม และการวิจัย    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนบุคลากรด้านบริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการวิจัย</li> <li>- สนับสนุนให้บุคลากรนำความรู้ต่าง ๆ ที่ได้จากการบริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการวิจัย นำมาพัฒนาการเรียนการสอน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนโครงการบริการวิชาการ ต่ออาจารย์ในหลักสูตร</li> <li>- จำนวนโครงการวิจัย</li> <li>- จำนวนโครงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม</li> <li>- จำนวนการนำเสนอผลงานทางวิชาการ</li> <li>- จำนวนการเข้าร่วมอบรม</li> </ul> |
| 4. ปรับปรุงอุปกรณ์ และสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนให้เพียงพอและเหมาะสมแก่การจัดการเรียนการสอน | <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดทำคุณสมบัติของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เพื่อของบประมาณ</li> </ul>                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนและอาคารสถานที่</li> </ul>                                                                                                                           |

## หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

### 1. ระบบการจัดการศึกษา

#### 1.1 ระบบ

ระบบทวิภาค โดยหนึ่งปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ หนึ่งภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

#### 1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีการจัดการเรียนการสอนในภาคฤดูร้อน สามารถจัดได้โดยให้อยู่ในดุลยพินิจของกรรมการประจำหลักสูตร โดยหนึ่งภาคการศึกษามีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์

#### 1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2560 (ภาคผนวก)

### 2. การดำเนินการหลักสูตร

#### 2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

##### เรียนวันจันทร์ – วันศุกร์

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน – กันยายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์

ภาคฤดูร้อน เดือนมีนาคม – พฤษภาคม

#### 2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

2.2.2 สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

2.2.3 มีคุณสมบัติอื่นครบถ้วนตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2560

#### 2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า / 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา

| 2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า                                                                                                                                                                | 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.3.1 ด้านความรู้ โดยมีความรู้พื้นฐานทางการคำนวณและภาษาอังกฤษที่ค่อนข้างอ่อน                                                                                                               | 2.4.1 จัดโครงการเสริมความรู้ปรับพื้นฐานทางด้านการคำนวณ ภาษาอังกฤษ และจิตวิทยาในการปรับตัวเพื่อการเรียนในระดับอุดมศึกษา |
| 2.3.2 ด้านการใช้เทคโนโลยี ในการเรียนระดับอุดมศึกษาและสาขาวิชาการตลาดต้องมีการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน ซึ่งนักศึกษามีระดับความรู้ในการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกัน                         | 2.4.2 จัดโครงการต่าง ๆ ในการเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยี เพื่อใช้ในการเรียนการสอน                                         |
| 2.3.3 ด้านการปรับตัว นักศึกษาส่วนใหญ่มาจากต่างพื้นที่ และแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม นักศึกษาต้องมีการปรับตัวในด้านสถานที่ เพื่อน การเรียนการสอน ในระดับอุดมศึกษาที่ต้องบริหารจัดการเวลา ทั้งใน | 2.4.3 จัดปฐมนิเทศนักศึกษาในระดับหลักสูตรและระดับคณะ                                                                    |

| 2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า                                                                                                   | 2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การเรียนการสอน กิจกรรม และสังคมใหม่                                                                                           | 2.4.4 จัดอาจารย์ที่ปรึกษาประจำกลุ่มนักศึกษา ทำหน้าที่ให้คำแนะนำด้านการลงทะเบียน การปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมชั้นเรียน และสังคม รอบตัวทั้งในรูปแบบกลุ่มเรียนและรายบุคคล |
| 2.3.4 ด้านค่าใช้จ่าย ส่วนใหญ่ฐานะของผู้ปกครองมี ฐานะปานกลางถึงล่าง และมีการประกอบอาชีพ ครอบครัวยากมีรายได้ไม่แน่นอน สม่่าเสมอ | 2.4.5 การกู้ยืมจากกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา                                                                                                                           |
|                                                                                                                               | 2.4.6 การขอทุนการศึกษาจากหน่วยงานต่าง ๆ                                                                                                                                  |

## 2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

| ระดับชั้นปี                             | จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา |      |      |      |      |
|-----------------------------------------|------------------------------|------|------|------|------|
|                                         | 2564                         | 2565 | 2566 | 2567 | 2568 |
| ชั้นปีที่ 1                             | 80                           | 80   | 80   | 80   | 80   |
| ชั้นปีที่ 2                             |                              | 80   | 80   | 80   | 80   |
| ชั้นปีที่ 3                             |                              |      | 80   | 80   | 80   |
| ชั้นปีที่ 4                             |                              |      |      | 80   | 80   |
| รวม                                     | 80                           | 160  | 240  | 320  | 320  |
| จำนวนนักศึกษา<br>คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา | -                            | -    | -    | 80   | 80   |

## 2.6 งบประมาณตามแผน

1) ใช้งบประมาณเงินรายได้และรายจ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ตามรายละเอียดดังนี้

| รายการ                       | งบประมาณ (บาท)    |                   |                   |                   |                   |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                              | ปี 2564           | ปี 2565           | ปี 2566           | ปี 2567           | ปี 2568           |
| <b>1. งบประมาณเงินรายได้</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
| - ค่า FTES ต่อปี             | 45.56             | 93.33             | 173.33            | 211.11            | 211.11            |
| - ค่าหัวจริงต่อเทอม          | 1,966.67          | 2,020.83          | 2,133.33          | 2,090.28          | 2,090.28          |
| - จำนวนนักศึกษา ป.ตรี (คน)   | 80                | 160               | 240               | 320               | 320               |
| รวม                          | 157,333.33        | 323,333.33        | 512,000.00        | 668,888.89        | 668,888.89        |
| <b>2. งบประมาณรายจ่าย</b>    |                   |                   |                   |                   |                   |
| - ค่าหัวจริงต่อปี            | 800.00            | 800.00            | 800.00            | 800.00            | 800.00            |
| - จำนวนนักศึกษา ป.ตรี (คน)   | 80                | 160               | 240               | 320               | 320               |
| รวม                          | 64,000.00         | 128,000.00        | 192,000.00        | 256,000.00        | 256,000.00        |
| <b>รวมงบประมาณทั้งหมด</b>    | <b>221,333.33</b> | <b>451,333.33</b> | <b>704,000.00</b> | <b>924,888.89</b> | <b>922,220.80</b> |

2) ค่าบำรุงการศึกษาแบบเหมาจ่ายตลอดหลักสูตรต่อนักศึกษาหนึ่งรุ่น 5,920,000 บาท  
 ประมาณการค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อปี 18,500 บาท

## 2.7 ระบบการศึกษา

- ☒ แบบชั้นเรียน
- ☐ แบบทางไกลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก
- ☐ แบบทางไกลผ่านสื่อแพรภาพและเสียงเป็นสื่อหลัก
- ☐ แบบทางไกลทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก (E-learning)
- ☐ แบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

## 2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชา และการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการโอนผลการเรียนและการเทียบโอนผลการเรียน พ.ศ.2553

## 3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

### 3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า **128 หน่วยกิต**

### 3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติ ดังนี้

|                                                             |             |
|-------------------------------------------------------------|-------------|
| 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า                          | 30 หน่วยกิต |
| 1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า                  | 12 หน่วยกิต |
| บังคับเรียน                                                 | 9 หน่วยกิต  |
| เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า                                      | 3 หน่วยกิต  |
| 1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ ไม่น้อยกว่า                        | 6 หน่วยกิต  |
| บังคับเรียน                                                 | 3 หน่วยกิต  |
| เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า                                      | 3 หน่วยกิต  |
| 1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า                        | 6 หน่วยกิต  |
| บังคับเรียน                                                 | 3 หน่วยกิต  |
| เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า                                      | 3 หน่วยกิต  |
| 1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ไม่น้อยกว่า | 6 หน่วยกิต  |
| บังคับเรียน                                                 | 3 หน่วยกิต  |
| เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า                                      | 3 หน่วยกิต  |
| 2. หมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า                                | 92 หน่วยกิต |
| 2.1 กลุ่มวิชาแกน                                            | 33 หน่วยกิต |
| 2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ไม่น้อยกว่า                          | 51 หน่วยกิต |
| 2.2.1 บังคับเรียน                                           | 36 หน่วยกิต |
| 2.2.2 เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า                                | 15 หน่วยกิต |
| 2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ไม่น้อยกว่า  | 8 หน่วยกิต  |
| 3. หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า                            | 6 หน่วยกิต  |

## 3.1.3 รายวิชา

|                                                   |    |          |
|---------------------------------------------------|----|----------|
| 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า                | 30 | หน่วยกิต |
| 1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า        | 12 | หน่วยกิต |
| บังคับเรียน                                       | 9  | หน่วยกิต |
| GESL101 ภาษาอังกฤษพาไป                            |    | 3(3-0-6) |
| English Adventures                                |    |          |
| GESL102 ภาษาอังกฤษพิชิตฝัน                        |    | 3(3-0-6) |
| English for Dream Achievement                     |    |          |
| GESL103 รู้ใช้ภาษาไทย                             |    | 3(3-0-6) |
| Arts of using Thai language                       |    |          |
| เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากวิชาต่อไปนี้ |    |          |
| GESL104 เฮฮาภาษามาเลย์                            |    | 3(3-0-6) |
| Malay Language Fun                                |    |          |
| GESL105 เฮลโลภาษาอินโดนีเซีย                      |    | 3(3-0-6) |
| Hello Indonesia Language                          |    |          |
| GESL106 สนุกกับภาษาญี่ปุ่น                        |    | 3(3-0-6) |
| Fun with Japanese                                 |    |          |
| GESL107 บันเทิงกับภาษาเกาหลี                      |    | 3(3-0-6) |
| Entertain with Korean                             |    |          |
| GESL108 เฟลิดเฟลินกับภาษาจีน                      |    | 3(3-0-6) |
| Happy Chinese                                     |    |          |
| 1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ ไม่น้อยกว่า              | 6  | หน่วยกิต |
| บังคับเรียน 3 หน่วยกิต                            |    |          |
| GESH201 ทักษะชีวิต                                |    | 3(2-2-5) |
| Life skills                                       |    |          |
| เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากวิชาต่อไปนี้ |    |          |
| GESH202 ปรัชญาและศาสนา                            |    | 3(3-0-6) |
| Philosophy and Religions                          |    |          |
| GESH203 มนุษย์กับความงาม                          |    | 3(3-0-6) |
| Human and Aesthetics                              |    |          |
| GESH204 วัยใส ใจสะอาด                             |    | 3(3-0-6) |
| Youngster with Good Heart                         |    |          |
| GESH205 นักสืบชุมชน                               |    | 3(2-2-5) |
| Community Detective                               |    |          |
| GESH206 มนุษยชาติ                                 |    | 3(3-0-6) |
| Humankind                                         |    |          |

|         |                                                                           |          |
|---------|---------------------------------------------------------------------------|----------|
| GESH207 | ลับ ลวง หลอก ทางไซเบอร์<br>Cyber Security and Confidentiality             | 3(2-2-5) |
| GESH208 | นวัตกรรมทำเองได้<br>Do it yourself Innovations                            | 3(2-2-5) |
| GESH209 | วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นสมัยใหม่<br>Local Culture and Modern Identity | 3(3-0-6) |

**1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**  
**บังคับเรียน 3 หน่วยกิต**

|         |                                                        |          |
|---------|--------------------------------------------------------|----------|
| GESS301 | การใช้ชีวิตในสังคมสมัยใหม่<br>Living in Modern Society | 3(3-0-6) |
|---------|--------------------------------------------------------|----------|

**เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากวิชาต่อไปนี้**

|         |                                                                                           |          |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| GESS302 | ท้องถิ่นของเรา<br>Our Local                                                               | 3(3-0-6) |
| GESS303 | อาเซียนรวมใจ<br>ASEAN Together                                                            | 3(3-0-6) |
| GESS304 | ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน<br>The King's Philosophy for Sustainable Development | 3(2-2-5) |
| GESS305 | เจ้าสัวน้อย<br>Young Entrepreneurship                                                     | 3(3-0-6) |
| GESS306 | กฎหมายกับการสร้างความเป็นพลเมืองที่ดี<br>Laws and Creating Good Citizenship               | 3(3-0-6) |

**1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**  
**บังคับเรียน 3 หน่วยกิต**

|         |                                                   |          |
|---------|---------------------------------------------------|----------|
| GESC401 | การคิดในยุคดิจิทัล<br>Thinking in The Digital Age | 3(2-2-5) |
|---------|---------------------------------------------------|----------|

**เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต จากวิชาต่อไปนี้**

|         |                                                                |          |
|---------|----------------------------------------------------------------|----------|
| GESC402 | โปรแกรมประยุกต์สำนักงานอัตโนมัติ<br>Office Automations         | 3(2-2-5) |
| GESC403 | ชีวิตยุคใหม่กับสิ่งแวดล้อม<br>Modern Lifestyle and Environment | 3(2-2-5) |
| GESC404 | สุขภาพทันสมัย<br>Modern Health                                 | 3(2-2-5) |
| GESC405 | นักค้นคว้าข้อมูล<br>Information Explorers                      | 3(2-2-5) |
| GESC406 | รู้ทันโลก<br>World Knowledge                                   | 3(2-2-5) |

|                               |                                                                                                           |                    |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| GESC407                       | นวัตกรรมการเกษตร<br>Agriculture Innovation                                                                | 3(2-2-5)           |
| GESC408                       | การจัดการธุรกิจออนไลน์<br>Online Business Management                                                      | 3(2-2-5)           |
| <b>2. หมวดวิชาเฉพาะ</b>       | <b>ไม่น้อยกว่า</b>                                                                                        | <b>92 หน่วยกิต</b> |
| <b>2.1 กลุ่มวิชาแกน</b>       |                                                                                                           | <b>33 หน่วยกิต</b> |
| 3501204                       | ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ<br>English for Business                                                             | 3(3-0-6)           |
| 3502207                       | กฎหมายธุรกิจ<br>Business Law                                                                              | 3(3-0-6)           |
| 3541103                       | หลักการตลาด<br>Principles of Marketing                                                                    | 3(3-0-6)           |
| 3561103                       | ผู้ประกอบการกับการจัดการสมัยใหม่<br>Entrepreneurship with modern management                               | 3(3-0-6)           |
| 3563104                       | การบริหารการผลิตและการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ<br>Production and Operation Management for Entrepreneur | 3(2-2-5)           |
| 3601001                       | การจัดการทรัพยากรมนุษย์<br>Human Resource Management                                                      | 3(3-0-6)           |
| 3612201                       | โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ<br>Business Computer Application                                            | 3(2-2-5)           |
| 3631112                       | เศรษฐศาสตร์เพื่อธุรกิจ<br>Economics for Business                                                          | 3(3-0-6)           |
| 3632302                       | สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ<br>Statistics and Quantitative Analysis                                    | 3(2-2-5)           |
| 3641113                       | การบัญชีธุรกิจ<br>Business Accounting                                                                     | 3(2-2-5)           |
| 3641114                       | การเงินธุรกิจ<br>Business finance                                                                         | 3(2-2-5)           |
| <b>2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน</b> | <b>ไม่น้อยกว่า</b>                                                                                        | <b>51 หน่วยกิต</b> |
| <b>บังคับเรียน</b>            |                                                                                                           | <b>36 หน่วยกิต</b> |
| 3542109                       | พฤติกรรมผู้บริโภค<br>Consumer Behavior                                                                    | 3(3-0-6)           |
| 3542110                       | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา<br>Product and Price Policies                                                      | 3(3-0-6)           |

|         |                                                                                     |          |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3542312 | การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์<br>Marketing channels and Logistics Management | 3(3-0-6) |
| 3543107 | การวางแผนการตลาด<br>Marketing Planning                                              | 3(2-2-5) |
| 3543115 | การตลาดดิจิทัล<br>Digital Marketing                                                 | 3(2-2-5) |
| 3543116 | การตลาดผู้ประกอบการท้องถิ่น<br>Local Entrepreneur Marketing                         | 3(2-2-5) |
| 3543117 | การตลาดโลก<br>Global Marketing                                                      | 3(3-0-6) |
| 3543122 | นวัตกรรมการตลาด<br>Marketing Innovation                                             | 3(2-2-5) |
| 3543306 | การบริหารงานขาย<br>Sales Management                                                 | 3(2-2-5) |
| 3543408 | การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ<br>Integrated Marketing Communication                  | 3(2-2-5) |
| 3543603 | การวิจัยตลาด<br>Marketing Research                                                  | 3(2-2-5) |
| 3544608 | โครงการทางการตลาด<br>Marketing Project                                              | 3(2-2-5) |

**เลือกเรียน จากวิชาต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่า**

**15**

**หน่วยกิต**

|         |                                                                     |          |
|---------|---------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543108 | กลยุทธ์การตลาด<br>Marketing Strategy                                | 3(2-2-5) |
| 3543109 | การตลาดบริการ<br>Service Marketing                                  | 3(3-0-6) |
| 3543111 | การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม<br>Social and Environment Marketing | 3(2-2-5) |
| 3543118 | การตลาดสินค้าเกษตร<br>Agriculture Marketing                         | 3(2-2-5) |
| 3543119 | การตลาดชายแดน<br>Border Marketing                                   | 3(3-0-6) |
| 3543120 | การจัดการตราสินค้า<br>Brand Management                              | 3(3-0-6) |
| 3543121 | การตลาดทางตรง<br>Direct Marketing                                   | 3(3-0-6) |
| 3543307 | การจัดซื้อ<br>Purchasing                                            | 3(3-0-6) |



|         |                                                                      |          |
|---------|----------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543308 | การจัดการค้าปลีกและจัดแสดงสินค้า<br>Retail Management and Exhibition | 3(2-2-5) |
| 3543407 | การโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ<br>Advertising and Special Event             | 3(2-2-5) |
| 3543409 | การจัดการลูกค้าสัมพันธ์<br>Customer Relationship Management          | 3(3-0-6) |
| 3543501 | การพยากรณ์ทางการตลาด<br>Marketing Forecasting                        | 3(3-0-6) |
| 3543502 | ระบบสารสนเทศทางการตลาด<br>Marketing Information System               | 3(2-2-5) |
| 3543503 | โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด<br>Program in Marketing Software          | 3(2-2-5) |
| 3544605 | สัมมนาการตลาด<br>Seminar in Marketing                                | 3(2-2-5) |
| 3544606 | ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด<br>English for Marketer                   | 3(2-2-5) |
| 3544607 | ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด<br>Current Issue Marketing                 | 3(2-2-5) |

**2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ** **8** **หน่วยกิต**  
**เลือกจากกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งต่อไปนี้**

**2.3.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ**

|         |                                                                             |          |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3544703 | การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด<br>Pre-Apprenticeship in Marketing | 2(1-2-3) |
| 3544704 | การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด<br>Apprenticeship in Marketing           | 6(540)   |

**2.3.2 กลุ่มสหกิจศึกษา**

|         |                                                                                           |          |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 7204701 | การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาด้านการตลาด<br>Cooperative Education Preparation in Marketing | 2(1-2-3) |
| 7204702 | สหกิจศึกษาด้านการตลาด<br>Cooperative Education in Marketing                               | 6(640)   |

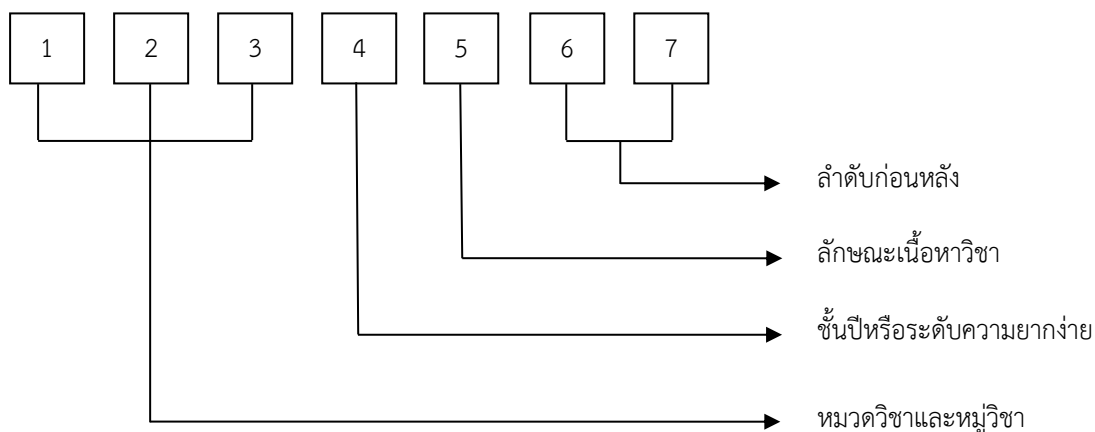
**3. หมวดวิชาเลือกเสรี** **ไม่น้อยกว่า** **6** **หน่วยกิต**

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยโดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จของหลักสูตร

ความหมายของเลขรหัสประจำรายวิชาและหน่วยกิตที่ใช้ในหลักสูตร

เลขรหัสประจำรายวิชา ประกอบด้วยเลข 7 หลัก มีความหมายดังนี้

|                    |         |                             |
|--------------------|---------|-----------------------------|
| เลขรหัส 3 ตัวแรก   | หมายถึง | หมวดวิชาและหมู่วิชา         |
| เลขรหัส ตัวที่ 4   | หมายถึง | ชั้นปี หรือระดับความยากง่าย |
| เลขรหัส ตัวที่ 5   | หมายถึง | ลักษณะเนื้อหาวิชา           |
| เลขรหัส ตัวที่ 6,7 | หมายถึง | ลำดับก่อนหลัง               |



เลขรหัสตัวที่ 5 ได้จัดลักษณะเนื้อหาวิชาไว้ ดังนี้

|   |                              |         |
|---|------------------------------|---------|
| 1 | การตลาด                      | 354-1-- |
| 2 | การจัดมาตรฐาน                | 354-2-- |
| 3 | การซื้อขาย                   | 354-3-- |
| 4 | การส่งเสริมการตลาด           | 354-4-- |
| 5 | เทคโนโลยีและการคำนวณ         | 354-5-- |
| 6 | สัมมนาวิจัยและหัวข้อพิเศษ    | 354-6-- |
| 7 | การเตรียมฝึกและฝึกประสบการณ์ | 354-7-- |

ความหมายของจำนวนหน่วยกิต

|             |         |                                      |
|-------------|---------|--------------------------------------|
| เลขตัวที่ 1 | หมายถึง | จำนวนหน่วยกิตรวม                     |
| เลขตัวที่ 2 | หมายถึง | จำนวนชั่วโมงทฤษฎีต่อสัปดาห์          |
| เลขตัวที่ 3 | หมายถึง | จำนวนชั่วโมงปฏิบัติต่อสัปดาห์        |
| เลขตัวที่ 4 | หมายถึง | จำนวนชั่วโมงศึกษาด้วยตนเองต่อสัปดาห์ |

## 3.1.4 แผนการศึกษา

## ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

| กลุ่มวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                         | หน่วยกิต<br>(ท-ป-อ) |
|-------------------------------|----------|----------------------------------|---------------------|
| หมวดศึกษาทั่วไป(บังคับ/เลือก) | GExxxx   | เลือกเรียน                       | 6 หน่วยกิต          |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)        | 3561103  | ผู้ประกอบการกับการจัดการสมัยใหม่ | 3(3-0-6)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)        | 3541103  | หลักการตลาด                      | 3(3-0-6)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)        | 3631112  | เศรษฐศาสตร์เพื่อธุรกิจ           | 3(3-0-6)            |
| รวมหน่วยกิต                   |          |                                  | 15 หน่วยกิต         |

## ปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

| กลุ่มวิชา                      | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                      | หน่วยกิต<br>(ท-ป-อ) |
|--------------------------------|----------|-------------------------------|---------------------|
| หมวดศึกษาทั่วไป (บังคับ/เลือก) | GExxxx   | เลือกเรียน                    | 9 หน่วยกิต          |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)         | 3601001  | การจัดการทรัพยากรมนุษย์       | 3(3-0-6)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)         | 3641113  | การบัญชีธุรกิจ                | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)         | 3612201  | โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ | 3(2-2-5)            |
| รวมหน่วยกิต                    |          |                               | 18 หน่วยกิต         |

## ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

| กลุ่มวิชา                      | รหัสวิชา | ชื่อวิชา              | หน่วยกิต<br>(ท-ป-อ) |
|--------------------------------|----------|-----------------------|---------------------|
| หมวดศึกษาทั่วไป(บังคับ/เลือก)  | GExxxx   | เลือกเรียน            | 9 หน่วยกิต          |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)         | 3641114  | การเงินธุรกิจ         | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)         | 3501204  | ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ | 3(3-0-6)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3542109  | พฤติกรรมผู้บริโภค     | 3(3-0-6)            |
| รวมหน่วยกิต                    |          |                       | 18 หน่วยกิต         |

## ปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

| กลุ่มวิชา                      | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                 | หน่วยกิต<br>(ท-ป-อ) |
|--------------------------------|----------|------------------------------------------|---------------------|
| หมวดศึกษาทั่วไป(บังคับ/เลือก)  | GExxxx   | เลือกเรียน                               | 6 หน่วยกิต          |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)         | 3502207  | กฎหมายธุรกิจ                             | 3(3-0-6)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)         | 3632302  | สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ           | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3542110  | นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา                   | 3(3-0-6)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3542312  | การจัดการช่องทางการตลาดและ<br>โลจิสติกส์ | 3(3-0-6)            |
| รวมหน่วยกิต                    |          |                                          | 18 หน่วยกิต         |

## ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

| กลุ่มวิชา                      | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                              | หน่วยกิต<br>(ท-ป-อ) |
|--------------------------------|----------|-------------------------------------------------------|---------------------|
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)         | 3563104  | การบริหารการผลิตและการ<br>ดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3543122  | นวัตกรรมการตลาด                                       | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3543115  | การตลาดดิจิทัล                                        | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3543306  | การบริหารงานขาย                                       | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3543408  | การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ                          | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะเลือก)  | 354xxxx  | เลือกเรียน                                            | 3 หน่วยกิต          |
| รวมหน่วยกิต                    |          |                                                       | 18 หน่วยกิต         |

## ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

| กลุ่มวิชา                      | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                    | หน่วยกิต<br>(ท-ป-อ) |
|--------------------------------|----------|-----------------------------|---------------------|
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3543116  | การตลาดผู้ประกอบการท้องถิ่น | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3543107  | การวางแผนการตลาด            | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3543603  | การวิจัยตลาด                | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะเลือก)  | 354xxxx  | เลือกเรียน                  | 3 หน่วยกิต          |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะเลือก)  | 354xxxx  | เลือกเรียน                  | 3 หน่วยกิต          |
| วิชาเลือกเสรี                  | xxxxx    | เลือกเรียน                  | 3 หน่วยกิต          |
| รวมหน่วยกิต                    |          |                             | 18 หน่วยกิต         |

## ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1

| กลุ่มวิชา                      | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                                            | หน่วยกิต<br>(ท-ป-อ) |
|--------------------------------|----------|-----------------------------------------------------|---------------------|
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3544608  | โครงการทางการตลาด                                   | 3(2-2-5)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะบังคับ) | 3543117  | การตลาดโลก                                          | 3(3-0-6)            |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะเลือก)  | 354xxxx  | เลือกเรียน                                          | 3 หน่วยกิต          |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาเฉพาะเลือก)  | 354xxxx  | เลือกเรียน                                          | 3 หน่วยกิต          |
| วิชาเลือกเสรี                  | xxxxx    | เลือกเรียน                                          | 3 หน่วยกิต          |
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาปฏิบัติการ)  | 3544703  | การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้าน<br>การตลาด        | 2(1-2-3)            |
|                                | 7204701  | หรือ<br>การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาด้าน<br>การตลาด | 2(1-2-3)            |
| รวมหน่วยกิต                    |          |                                                     | 17 หน่วยกิต         |

## ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

| กลุ่มวิชา                     | รหัสวิชา | ชื่อวิชา                               | หน่วยกิต<br>(ท-ป-อ) |
|-------------------------------|----------|----------------------------------------|---------------------|
| หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาปฏิบัติการ) | 3544704  | การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้าน<br>การตลาด | 6(540)              |
|                               | 7204702  | หรือ<br>สหกิจศึกษาด้านการตลาด          | 6(640)              |
| รวมหน่วยกิต                   |          |                                        | 6 หน่วยกิต          |

## 3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

## 3.1.5.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

## (1) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | น(ท-ป-อ) |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| GESL101  | <p><b>ภาษาอังกฤษพาไป</b><br/><b>English Adventures</b></p> <p>คำศัพท์ สำนวน โครงสร้างภาษาอังกฤษและอวัจนภาษา ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ เพลง สื่อออนไลน์ และสิ่งพิมพ์ และฝึกปฏิบัติผ่านสถานการณ์ที่กำหนดทั้งในและนอกห้องเรียน เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การปฏิบัติจริงในชีวิตประจำวัน</p> <p>English vocabulary, expressions, structures and non-verbal language through various types of media such as movies, songs, online communications and printed matters. Practice English in designed language situations not only inside but also outside classrooms in order to apply the language use to daily life.</p> | 3(3-0-6) |
| GESL102  | <p><b>ภาษาอังกฤษพิชิตฝัน</b><br/><b>English for Dream Achievement</b></p> <p>ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงานที่ใฝ่ฝันฝึกการสัมภาษณ์งาน บทสนทนาต่าง ๆ ที่ใช้ในสถานที่ทำงาน และบริบทอื่น ๆ ของการทำงาน รวมทั้งการใช้ภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีเพื่อนำเสนองานในรูปแบบต่าง ๆ</p> <p>English skills for dream job applications, job interviews, English conversations in workplace and in various work-related contexts. Make use of English and technology for a variety of work presentations.</p>                                                                                                                          | 3(3-0-6) |
| GESL103  | <p><b>รู้ใช้ภาษาไทย</b><br/><b>Arts of Using Thai Language</b></p> <p>ทักษะการสื่อสาร ศิลปะการใช้ภาษา การย่อและการสรุปความ การพูดนำเสนอ และการเขียนทางวิชาการ</p> <p>Strengthen learners in terms of communicative skills, arts of using Thai language, summarizing and briefing, oral presentations and academic writing.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 3(3-0-6) |
| GESL104  | <p><b>เฮฮาภาษามลายู</b><br/><b>Malay Language Fun</b></p> <p>ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยเน้นทักษะ การฟัง และการพูดสำหรับการสื่อสาร สอดแทรกบริบททางด้านวัฒนธรรม เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 3(3-0-6) |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | น(ท-ป-อ) |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|          | <p>The language skills: listening, speaking, reading and writing in Malay, focusing mainly on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Malay cultures.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |
| GESL105  | <p><b>เฮลโลภาษาอินโดนีเซีย</b><br/> <b>Hello Indonesia Language</b></p> <p>ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยเน้นทักษะ การฟัง และการพูดสำหรับการสื่อสาร สอดแทรกบริบททางด้านวัฒนธรรมอินโดนีเซีย เพื่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน</p> <p>The language skills: listening, speaking, reading and writing in Indonesian, focusing mainly on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Indonesian cultures.</p>                                                                                    | 3(3-0-6) |
| GESL106  | <p><b>สนุกกับภาษาญี่ปุ่น</b><br/> <b>Fun with Japanese</b></p> <p>ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียนภาษาญี่ปุ่น โดยเน้นทักษะ การฟังและการพูด เพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน และเสริมสร้างความเข้าใจด้าน สังคมและวัฒนธรรมระหว่างไทยและญี่ปุ่น โดยใช้กิจกรรมการบูรณาการทางภาษา</p> <p>The language skills: listening, speaking, reading and writing in Japanese, focusing mainly on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Japanese cultures by using various integrated skill activities.</p> | 3(3-0-6) |
| GESL107  | <p><b>บันเทิงกับภาษาเกาหลี</b><br/> <b>Entertain with Korean</b></p> <p>ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาเกาหลี โดยเน้น ทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน</p> <p>The language skills: listening, speaking, reading and writing in Korean, focusing mainly on listening and speaking for daily life.</p>                                                                                                                                                                                                                  | 3(3-0-6) |
| GESL108  | <p><b>เพลิดเพลินกับภาษาจีน</b><br/> <b>Happy Chinese</b></p> <p>ระบบการออกเสียงและวิธีการเขียนอักษรจีน เรียนรู้คำศัพท์และบทสนทนา ภาษาจีนอย่างทันสมัย ฝึกปฏิบัติการฟัง พูด อ่าน และเขียน พร้อมทั้งเรียนรู้ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 3(3-0-6) |

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

The Mandarin Chinese phonetics and the basics of writing the Chinese scripts. Focus on up to date vocabulary and dialogues in current contexts. Practice the language skills: listening, speaking, reading and writing and recognize the intercultural awareness between Thai and Chinese.

## (2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

GESH201

ทักษะชีวิต

3(2-2-5)

Life Skills

ความหมาย ความสำคัญของทักษะชีวิต หลักการ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ การพัฒนาตนทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม การพิจารณาด้วยใจอย่างใคร่ครวญ สนทนา การสื่อสารอย่างสันติ การเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงตนเอง การตระหนักรู้ศักยภาพของตนเอง และการก้าวข้ามขีดจำกัดการแก้ปัญหาความขัดแย้งที่ชนะแบบองค์รวม ทักษะการคิดและการคิดเชิงระบบ จิตสำนึกต่อส่วนรวม ทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 สมดุลชีวิตและการเรียน การดำเนินชีวิตที่ดีและมีความสุข

Meaning and importance of life skills; principles, concepts and theories related to human behavior; self-development in physical, mind, emotional and social development; contemplation; dialogue; non-violent communication; transformative Learning; self-awareness and personal development; conflict resolution; holistic; thinking skills and holistic system thinking; public mind; life skills in the 21<sup>st</sup> century; study-life balance, good life and happiness.

GESH202

ปรัชญาและศาสนา

3(3-0-6)

Philosophy and Religions

ความหมาย องค์ประกอบ การวิเคราะห์ปัญหาของปรัชญาและศาสนา สาขาของปรัชญา ความสัมพันธ์และความแตกต่างระหว่างปรัชญาและศาสนา คุณค่าที่แท้จริงของปรัชญาและศาสนา หลักคำสอนของศาสนาต่าง ๆ นำหลักธรรมมาพัฒนาคุณภาพชีวิตในระดับบุคคล ครอบครัว สังคม เพื่อให้เกิดสันติภาพและสันติสุข

Analytical elements of philosophy and religions, the relations between philosophy and religions, the real value of philosophy and religions, teachings and philosophical concepts of different school of philosophy and religions for peace of life and peaceful societies.



| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | น(ท-ป-อ) |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| GESH203  | <b>มนุษย์กับความงาม</b><br><b>Human and Aesthetics</b><br>แนวคิด ทฤษฎีความงามเบื้องต้น องค์ประกอบทางศิลปะ ดนตรี และศิลปะการแสดง การประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การตระหนักในคุณค่า ความงาม<br>Concept and fundamental concepts, theories of aesthetics, elements of art, music, and performing arts. Apply the knowledge of aesthetics in to daily life and realize the values of aesthetics.                                                                                                             | 3(3-0-6) |
| GESH204  | <b>วัยใส ใจสะอาด</b><br><b>Youngster with Good Heart</b><br>การทุจริต การป้องกันการทุจริต จิตสำนึกสาธารณะ การแยกแยะผลประโยชน์ส่วนตัวและผลประโยชน์ส่วนรวม การมีส่วนร่วมของชุมชน ทักษะกระบวนการคิด จริยธรรมในสังคม หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อป้องกันการทุจริต<br>Corruption, corruption prevention, public awareness, distinction of self-interest and common interest, community participation, critical thinking skills, social morality, sufficiency economy philosophy for preventing corruption. | 3(3-0-6) |
| GESH05   | <b>นักสืบชุมชน</b><br><b>Community Detective</b><br>ความหมายและความสำคัญของทรัพยากรสารสนเทศท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งทรัพยากรสารสนเทศท้องถิ่น การสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศท้องถิ่น กระบวนการจัดการสารสนเทศท้องถิ่น การบริการและการเผยแพร่สารสนเทศท้องถิ่น<br>Definition and Importance of local Information, local wisdom, local sources information, searching for local information, local information management process, local Information services and dissemination.                           | 3(2-2-5) |
| GESH206  | <b>มนุษยชาติ</b><br><b>Humankind</b><br>เผ่าพันธุ์มนุษย์อารยธรรมวิถีชีวิต/วัฒนธรรมความสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างกันของมนุษยชาติ การใช้ชีวิตแบบไม่ตระหนก ทักษะการดำรงชีวิตในสภาวะปกติและสภาวะวิกฤติการควบคุมสภาวะทางอารมณ์ของมนุษย์การเข้าใจปัญหาและการปรับตัวเองเพื่อความอยู่รอดในทุกสถานการณ์<br>Race of Mankind, civilization, way of life/culture, relations and communication between humanity; Living on the basis of ethnic                                                                     | 3(3-0-6) |

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |          |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | น(ท-ป-อ) |
|          | differences, culture and religion; Keeping up with the situation; Awareness; Living skills in normal and critical conditions; Controlling human emotional states; Understanding problems and adjusting itself to survive in every situation.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |
| GESH207  | <b>ลับ ลวง หลอก ทางไซเบอร์</b><br><b>Cyber Security and Confidentiality</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 3(2-2-5) |
|          | <p>ความหมาย ความสำคัญของความปลอดภัยทางเทคโนโลยี ยุคดิจิทัล การใช้สารสนเทศจากสื่อทางเทคโนโลยีอย่างปลอดภัย แนวทางการป้องกันภัยคุกคามในยุคดิจิทัลที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี การวิเคราะห์ และกลั่นกรองข่าวสารจากสื่อทางเทคโนโลยี และการรู้เท่าทันข่าวปลอมในยุคดิจิทัลที่เกิดจากการใช้สื่อเทคโนโลยี จึงจำเป็นต้องมีความรู้ และทักษะเหล่านี้เพื่อให้อยู่รอดโดยไม่ตกเป็นเหยื่อทางอาชญากรรมทางอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>Precise definition and considerable importance of digital technology security, reasonable use of information, ways to prevent threats in the digital age caused by the usage of technology. Content analysis and preventive screening of information from technological media and knowing about fake news in the digital age caused by the use of technology media. It is necessary to genuinely have these knowledge and necessary skills to survive without being a victim of electronic crime.</p> |          |
| GESH208  | <b>นวัตกรรมทำได้</b><br><b>Do it yourself Innovations</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3(2-2-5) |
|          | <p>การคิดแบบสร้างสรรค์ ประเภท รูปแบบและองค์ความรู้ของนวัตกรรมและเทคโนโลยี กระบวนการออกแบบและสร้างนวัตกรรมด้วยตัวเองจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น การทดสอบนวัตกรรม การประยุกต์ใช้นวัตกรรมกับงานชุมชนในท้องถิ่น งานอาชีพและชีวิตประจำวัน ตลอดจนกลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีออกสู่ตลาดเพื่อการพาณิชย์</p> <p>Creative thinking, knowledge, the model of innovation and technology, process design and creative innovation by myself from waste materials or easy to find materials in local, innovation testing and innovation application for community, careers, and daily life as well as strategic management and technology for commercial.</p>                                                                                                                                                                                                                                      |          |

|          |                                                                           |          |
|----------|---------------------------------------------------------------------------|----------|
| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                    | น(ท-ป-อ) |
| GESH209  | วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นสมัยใหม่<br>Local Culture and Modern Identity | 3(3-0-6) |

ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ ศิลปะและวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม และอัตลักษณ์ท้องถิ่นตามแหล่งการเรียนรู้ของชุมชน

History, belief, arts and culture, tradition, wisdom, arts environment and local identity from the community learning center.

### (3) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

|          |                                                        |          |
|----------|--------------------------------------------------------|----------|
| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                 | น(ท-ป-อ) |
| GESS301  | การใช้ชีวิตในสังคมสมัยใหม่<br>Living in Modern Society | 3(3-0-6) |

แนวความคิด รูปแบบ ทักษะในการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบัน การปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี ต่อต้านทุจริต จิตสาธารณะ การแก้ไขสถานการณ์ ตระหนักถึงการดำเนินชีวิตในสังคมสมัยใหม่แนวทางการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน การปรับตัวเข้ากับสังคมสมัยใหม่และสถานการณ์ทางสังคม

Concepts, values of life, life skills in current societies, behaviors as a good citizen, anti-corruption, public mind, problem-solving skills, and the awareness of living in modern societies. Introduce practical guidelines in everyday life and self-adaptation in modern societies and social situations.

|         |                             |          |
|---------|-----------------------------|----------|
| GESS302 | ท้องถิ่นของเรา<br>Our Local | 3(3-0-6) |
|---------|-----------------------------|----------|

ประวัติความเป็นมา ลักษณะทางกายภาพ ระบบนิเวศ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และหรือจังหวัดสตูล เศรษฐกิจพอเพียงและโครงการพระราชดำริ การสร้างจิตสาธารณะ ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และหน้าที่พลเมือง

Study Songkhla and Satun in terms of history, physical features, characteristics, ecology, society, economy, cultures, and ways of life of people around Songkhla Lake and in Satun. Sufficiency economy, royal projects, public mind enhancing virtues, ethics and civic duties are also focused.

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | น(ท-ป-อ) |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| GESS303  | <p><b>อาเซียนร่วมใจ</b><br/><b>ASEAN Together</b></p> <p>ที่มาของของดินแดนต่าง ๆ ในประชาคมอาเซียน ลักษณะของสังคม พหุวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนและพันธมิตรนอกภูมิภาคอาเซียน ปัจจัยทาง สังคม วัฒนธรรม และการเมืองที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมบริการ แนวคิดเกี่ยวกับ นวัตกรรมบริการ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมบริการ และนวัตกรรม การบริการของประเทศ ต่าง ๆ ในประชาคมอาเซียน</p> <p>The origin of lands in the ASEAN community and the characteristics of multicultural societies in the ASEAN community and alliances outside the ASEAN region. Social, cultural and political factors influencing on the service industry are also focused. Emphasize on the ideas contributing to service innovations and the factors resulting in service innovation and service innovation in other countries in ASEAN.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 3(3-0-6) |
| GESS304  | <p><b>ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน</b><br/><b>The King's Philosophy for Sustainable Development</b></p> <p>หลักการ แนวคิดพระราโชบายของพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 10 ความหมาย หลักคิด หลักวิชา และหลักปฏิบัติของศาสตร์พระราชามาจากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ รัชกาลที่ 9 หลักวิธีการเข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักการทรงงาน 23 ข้อ การบูรณาการเพื่อประยุกต์ใช้จากตัวอย่างวิชา “9 หน้า จากศาสตร์พระราชา” โดยการปฏิบัติภาคสนามเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น</p> <p>The King's philosophy for sustainable development focusing on the study of the principles based on the royal policy of King Rama X ( His Majesty King MahaVajiralongkorn Bodindradebayavarangkun) . Meaning, principles, theories and practices of the King's Philosophy derived from the Royal Projects of King Rama IX (His Majesty King BhumibolAdulyadej) are discussed.The core principles of understanding, accessibility and development and philosophy of sufficiency economy are also studied. The 23 principles of His Majesty's works, integrated applications of the 9 progression principles based on King Rama IX's philosophy are also practiced by attending field trips for local development.</p> | 3(2-2-5) |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | น(ท-ป-อ) |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| GESS305  | <b>เจ้าสัวน้อย</b><br><b>Young Entrepreneurship</b><br>การเลือกธุรกิจสมัยใหม่ การเตรียมความพร้อมเพื่อดำเนินธุรกิจ นวัตกรรม และการบริหารจัดการ การจัดหาแหล่งเงินทุน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ แนวโน้มสภาพเศรษฐกิจและตลาดยุค 4.0<br>Modern business options, business preparation, innovation and business management. Financial provision, business environment analysis, trends of economy and markets in Thailand 4.0 are also focused. | 3(3-0-6) |
| GESS306  | <b>กฎหมายกับการสร้างความเป็นพลเมืองที่ดี</b><br><b>Laws and Creating Good Citizenship</b><br>ศึกษาวิวัฒนาการของกฎหมาย สิทธิมนุษยชน รัฐธรรมนูญและสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ และการสร้างเสริมคุณธรรมจริยธรรมด้านการป้องกันการทุจริต<br>Evolution of law, human rights, constitutional law and fundamental rights based on the constitution. Enhance learners to have virtues and morality in order to prevent corruption.         | 3(3-0-6) |

#### (4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | น(ท-ป-อ) |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| GES401   | <b>การคิดในยุคดิจิทัล</b><br><b>Thinking in The Digital Age</b><br>ความหมายของการคิด ปัจจัยพื้นฐานของการคิด ลักษณะของการคิด กระบวนการคิด ตรรกศาสตร์และการให้เหตุผล การประยุกต์ทางคณิตศาสตร์เพื่อ การแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน ชีวิตในยุคดิจิทัล การใช้อุปกรณ์ดิจิทัลและโปรแกรมประยุกต์ การสืบค้นสารสนเทศและการประยุกต์ใช้ ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การป้องกันตนเองในยุคดิจิทัล<br>Meaning of thinking, basic factors of thinking, types of thinking, thinking process, logic and reasoning. Practice the mathematical application to solve daily life problems. Life in the digital age, the use of digital devices and online applications, information searching and applying, e-business as well as self-protection in the digital world. | 3(2-2-5) |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | น(ท-ป-อ) |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| GESC402  | <p><b>โปรแกรมประยุกต์สำนักงานอัตโนมัติ</b><br/>Office Automations</p> <p>ความรู้เกี่ยวกับสำนักงานอัตโนมัติ การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในสำนักงาน การใช้โปรแกรมประมวลผลคำเพื่อจัดการงานเอกสาร การใช้โปรแกรมตารางคำนวณอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการทำงาน โปรแกรมนำเสนอ โปรแกรมสื่อสารในสำนักงาน โปรแกรมประยุกต์บนคลาวด์</p> <p>Office automation content and apply computer skills to the office work by using word processing program to manage documents, spreadsheet program for work, presentation program, communication program in the office, and cloud applications for information storage.</p>                                                                                                                             | 3(2-2-5) |
| GESC403  | <p><b>ชีวิตยุคใหม่กับสิ่งแวดล้อม</b><br/>Modern Lifestyle and Environment</p> <p>การประยุกต์ความรู้เบื้องต้นด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และภัยพิบัติ เพื่อสร้างความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการจัดการภัยพิบัติ ให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตยุคใหม่</p> <p>Apply the fundamental knowledge of science and technology to analyze the situations of natural resources, environments and disasters to raise responsibility awareness for natural resources, and environments, including natural resource conservation and disaster management to be in accordance with modern lifestyles.</p> | 3(2-2-5) |
| GESC404  | <p><b>สุขภาพทันสมัย</b><br/>Modern Health</p> <p>ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ สุขภาพ ความเครียดและการจัดการความเครียด ความปลอดภัยทางสุขภาพ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหาร การบริโภคอาหาร การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ</p> <p>Health knowledge, happiness, stress and stress management, health safety, the fundamental knowledge of food, food consumption and exercise.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3(2-2-5) |
| GESC405  | <p><b>นักค้นคว้าข้อมูล</b><br/>Information Explorers</p> <p>การใช้เทคโนโลยีเพื่อสืบค้นสารสนเทศ โดยใช้ Database Searching, OPAC และการจัดการข้อมูลโดยใช้ Google Application และ Application</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 3(2-2-5) |

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | น(ท-ป-อ) |
|          | <p>อื่น ๆ ในการจัดการข้อมูล การเขียนบรรณานุกรม ทักษะการใช้สารสนเทศอย่างมีจริยธรรม พร้อมทั้งการนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบที่หลากหลาย</p> <p>The Information technology literacy ( Database) Searching, OPAC, and information management by using Google applications and others. Writing citation and bibliography is practiced. Skills of using information ethically are focused as well as the information presentation in different forms is trained.</p>                                                                                                                                                                     |          |
| GESC406  | <p><b>รู้ทันโลก</b><br/><b>World Knowledge</b></p> <p>การดำเนินชีวิตอย่างเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ มนุษย์ และสรรพสิ่ง การใช้พลังงานในชีวิตประจำวัน ระบบนิเวศ ตลอดจนองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์โลก ทั้งระบบที่นำไปสู่การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตสู่ความยั่งยืน</p> <p>Explore lifestyles in the fast changing world. The understanding of the relationship between nature, human and all other things are also included. The use of energy in daily life and ecosystem as well as the knowledge of World science leading to the change towards sustainable lifestyles will be discussed.</p> | 3(2-2-5) |
| GESC407  | <p><b>นวัตกรรมการเกษตร</b><br/><b>Agriculture Innovation</b></p> <p>ความสำคัญของการเกษตรในชีวิตประจำวัน ธุรกิจเกษตรเบื้องต้น เกษตรทางเลือกและความหลากหลายทางชีวภาพในระบบการเกษตร เกษตรเพื่อนันทนาการ เกษตรปลอดภัยและการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเกษตรและนวัตกรรม</p> <p>Importance of agriculture in daily life, basics of agricultural business, alternative agriculture and biodiversity in the agricultural systems, agriculture for recreation, safe agriculture, application of local wisdom and revolution in agricultural technology and innovation.</p>                               | 3(2-2-5) |
| GESC408  | <p><b>การจัดการธุรกิจออนไลน์</b><br/><b>Online Business Management</b></p> <p>จุดประกายการเริ่มประกอบธุรกิจออนไลน์ ทิศทางและแนวโน้มตลาดออนไลน์ เครื่องมือการเงินธุรกิจออนไลน์ การออกแบบสื่อเพื่อธุรกิจออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจออนไลน์ ระบบโลจิสติกส์กับธุรกิจออนไลน์</p> <p>Stimulate the online business startup inspiration. Discuss the online market directions and trends, online business financial</p>                                                                                                                                                                                                        | 3(2-2-5) |

| รหัสวิชา                     | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | น(ท-ป-อ) |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|                              | instruments, online business media designs, online business data analysis and online business logistic systems.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |
| <b>3.1.5.2 หมวดวิชาเฉพาะ</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |
| <b>(1) กลุ่มวิชาแกน</b>      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |
| รหัสวิชา                     | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | น(ท-ป-อ) |
| 3501204                      | <b>ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ</b><br><b>English for Business</b><br>ฝึกทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ เช่น การสื่อสารทาง การโทรศัพท์ การนัดหมาย การสอบถามและให้ข้อมูล รวมทั้งการโต้ตอบเอกสารทางธุรกิจในรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ<br>Practice English communication for business in various contexts such as telephoning, making appointment, asking and giving information, dealing with formal and informal business correspondences.                                                                                                                         | 3(3-0-6) |
| 3502207                      | <b>กฎหมายธุรกิจ</b><br><b>Business Law</b><br>กฎหมายเกี่ยวกับ การจัดองค์กรธุรกิจ บุคคล นิติกรรม สัญญาทางธุรกิจ หลักประกันทางธุรกิจ ภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน กฎหมายเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการระงับข้อพิพาททางธุรกิจ<br>Laws regarding organization of business entities, individuals, juristic acts business contracts, business collateral, business-related taxes, intellectual property laws, financial instruments law, Electronic commerce laws and business dispute resolution. | 3(3-0-6) |
| 3541103                      | <b>หลักการตลาด</b><br><b>Principles of Marketing</b><br>แนวคิดพื้นฐานและหน้าที่ทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด และการวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 3(3-0-6) |



## รหัสวิชา

## ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

ส่วนประสมทางการตลาด การตลาดดิจิทัล การตลาดเพื่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด

Basic concepts and marketing functions, marketing environments, marketing information system and marketing research, consumer behaviors, market segmentations, target market Determinations and product positioning, marketing mix, digital marketing, marketing for societies, and marketing ethics

## 3561103 ผู้ประกอบการกับการจัดการสมัยใหม่

3(3-0-6)

## Entrepreneurship with modern management

คุณสมบัติและประเภทผู้ประกอบการ แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการและการสภาพแวดล้อมในองค์การธุรกิจ จริยธรรมในการจัดการธุรกิจสากล หน้าที่และกระบวนการในการจัดการ แนวคิดการเปลี่ยนแปลงในองค์การและเครื่องมือในการบริหารจัดการองค์การธุรกิจ

Qualification and type of entrepreneur, concepts and evolution of management and organization, The business environment, Ethics in global business management, Management duties and processes, Concept of organizational change, and business management tools.

## 3563104 การบริหารการผลิตและการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ

3(2-2-5)

## Production and Operation Management for Entrepreneur

รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3632302 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

Pre-requisite : 3632302 Statistics and Quantitative Analysis

บทบาทและหน้าที่ของการผลิตและการดำเนินงาน การพยากรณ์ทางธุรกิจ การวางแผน การควบคุมการผลิตสินค้า และบริการการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการการผลิต การจัดการสินค้าคงเหลือ การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนสถานประกอบการ การจัดการคุณภาพการจัดการ ซัพพลายเชนเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ

Role and function of production and operations. Business forecasting, planning, production controlling of products and services, product design and manufacturing processes, Inventory, management, location analysis, lay out of the establishment quality management

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | น(ท-ป-อ) |
|          | Supply chain management new technology related to production and operation for entrepreneur.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |          |
| 3601001  | <b>การจัดการทรัพยากรมนุษย์</b><br><b>Human Resource Management</b><br>แนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินการปฏิบัติงาน การให้ประโยชน์ตอบแทน แรงงานสัมพันธ์ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการสร้างความรู้ความผูกพันต่อองค์กร<br>Concepts of human resource management, job analysis, human resource planning, recruitment and selection, training and development, performance appraisal, compensation and benefits, employee relations, Human resource information system and employee engagement | 3(3-0-6) |
| 3612201  | <b>โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ</b><br><b>Business Computer Application</b><br>ทักษะการใช้งานซอฟต์แวร์ที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ พื้นฐานระบบคอมพิวเตอร์และระบบปฏิบัติการ การใช้ซอฟต์แวร์ประมวลผลคำ ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณ ซอฟต์แวร์สำหรับการนำเสนอ การใช้งานแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่สำหรับธุรกิจ และจริยธรรมในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์<br>Skills in applying essential software for business fundamental of computer system and operating system, word processing, spreadsheets and presentation. Using mobile application for business. Ethics in using computer systems.                                 | 3(2-2-5) |
| 3631112  | <b>เศรษฐศาสตร์เพื่อธุรกิจ</b><br><b>Economics for Business</b><br>แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์สำหรับการตัดสินใจทางธุรกิจและการพยากรณ์ธุรกิจ การวางแผนงบประมาณและกำไร การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เครื่องชี้สภาพเศรษฐกิจ นโยบายการเงินการคลัง การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจมหภาคที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 3(3-0-6) |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | น(ท-ป-อ) |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|          | Economic concepts for business decision making and business forecasting, budget and profit planning, application of Sufficiency Economy Philosophy, economic indicators, fiscal policy and monetary policy, the effect of macroeconomics situation change to the business.                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |
| 3632302  | <b>สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ</b><br><b>Statistics and Quantitative Analysis</b><br>สถิติพรรณนา สถิติอนุมานและการประยุกต์ใช้สถิติในการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจ ตัวแบบการตัดสินใจ การโปรแกรมเชิงเส้น ตัวแบบการขนส่ง และการวิเคราะห์ข่ายงาน การจำลองสถานการณ์ และการประยุกต์ใช้โปรแกรม<br>Descriptive statistics, inferential statistics, the application of statistics in planning and decision making, decision theory, linear programming, transportation model and network analysis and simulation and apply for statistical programs. | 3(2-2-5) |
| 3641113  | <b>การบัญชีธุรกิจ</b><br><b>Business Accounting</b><br>ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญของการจัดทำบัญชีในธุรกิจ การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี ความรู้เกี่ยวกับหลักการและวิธีการบัญชีเบื้องต้น ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและองค์ประกอบของงบการเงิน<br>Meaning, objective importance of accounting preparation in business the use of accounting information; knowledge of the principles and procedures of financial reporting standards, and elements of financial statements                                                           | 3(2-2-5) |
| 3641114  | <b>การเงินธุรกิจ</b><br><b>Business Finance</b><br>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3641113 การบัญชีธุรกิจ<br>Pre-requisite : 3641113 Business Accounting<br>การวิเคราะห์งบการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน และการวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินสด การบริหารเงินทุนหมุนเวียน มูลค่าเงินตามเวลา การวิเคราะห์งบเงินทุน แหล่งเงินทุน ตลาดการเงินและตลาดทุน โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนเงินทุนทางการเงินเพื่อการตัดสินใจลงทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร                                                                                                  | 3(2-2-5) |

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

Financial statement analysis, financial forecast, cash management and financial planning, working capital management, the time value of money, the analysis of capital budgeting, sources of fund, money market and capital market, capital structure and costs of capital for investment decisions cost volume profit analysis

**(2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน**

**บังคับเรียน**

3542109

พฤติกรรมผู้บริโภค

3(3-0-6)

Consumer Behaviors

รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด

Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing

หลักการ และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และจรรยาบรรณทางการตลาดต่อผู้บริโภค

Principles and theories of consumer behaviors, analysis of internal and external factors influencing consumers' purchasing decisions, applications of consumer behavior knowledge to marketing mix determinations, changes of consumer behaviors in the digital era, and marketing ethics towards consumers

3542110

นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

3(3-0-6)

Product and Price Policies

รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด

Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing

บทบาทของผลิตภัณฑ์ และราคาในการบริหารการตลาดปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าเอกลักษณ์ของตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นโยบายราคา วิธีการกำหนดราคา จริยธรรมในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | น(ท-ป-อ) |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|          | <p>Roles of products and prices in marketing management, environmental factors affecting determinations of product and price policies, target market development, decision-making to product mix, product brands, product brand values, product positioning. strategies of product life cycles, product development, pricing policies, pricing methods, ethics in products and pricing policies</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |          |
| 3542312  | <p><b>การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์</b><br/> <b>Marketing channels and Logistics Management</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>แนวคิดในการจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์ สภาพแวดล้อม ที่ส่งผลต่อช่องทางการตลาด การวางแผนโครงสร้างช่องทางการตลาด บทบาทและประเภทของคนกลาง การค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ การบริหารการจัดจำหน่ายแบบเชื่อมโยง การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารคำสั่งซื้อ ศูนย์กระจายสินค้า คลังสินค้า การบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และการจัดส่งเทคโนโลยี สารสนเทศในการกระจายสินค้า จริยธรรมในการจัดการช่องทางการตลาด</p> <p>Concepts of managing the marketing channels and logistics, environments leading to marketing channels, planning of marketing channel structures, roles and types of intermediaries, modern retail and wholesale, interconnected distribution management, supply chain management, purchase order management, product distribution centers, warehouses, product packaging for logistics, and delivery of information technology in product distributions, ethics in marketing channels management</p> | 3(3-0-6) |
| 3543107  | <p><b>การวางแผนการตลาด</b><br/> <b>Marketing Planning</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>แนวคิดและความสำคัญของ การวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การแข่งขันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และสินค้า การพัฒนารูปแบบ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 3(2-2-5) |

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

แผนการตลาดประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนด กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาด การกำหนด ยอดขายตามระยะเวลา การกำหนดงบประมาณแผนการตลาด การวางแผน การปฏิบัติทางการตลาด วิธีการเขียน การนำเสนอกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง และการฝึก ปฏิบัติการวางแผนการตลาดภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน

Concepts and importance of marketing planning, marketing environment analysis, technological advancement competitions complied with market situations, product and goods life cycles, development of marketing planning models consisting of the internal and external marketing environment analysis, marketing mix strategies target market decisions, and product positioning, strategy designs of marketing mix, marketing strategies, sales determinations for a certain period of time, specifications of marketing plan budget, marketing operation planning , writing procedures of marketing operation plans, presentations of related case studies and practice of marketing planning using current marketing issues

3543115

การตลาดดิจิทัล

3(2-2-5)

Digital Marketing

รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด

Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing

แนวคิด บทบาท ความสำคัญของการตลาดดิจิทัลในยุคปัจจุบัน การสร้าง เครื่องมือการตลาด social media marketing และการบริการ การจัดจำหน่าย แบบเชื่อมโยง การประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล กับกลยุทธ์การตลาด กฎหมายและ จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดิจิทัล

Concepts, roles and importance of updated digital marketing, marketing platform creations named “social media marketing” and services, interconnected distributions, digital technology applications to marketing strategies, laws and ethics in digital marketing

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | น(ท-ป-อ) |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543116  | <p><b>การตลาดผู้ประกอบการท้องถิ่น</b></p> <p>Local Entrepreneur Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ ประเภทของผู้ประกอบการท้องถิ่น การสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน การสร้างความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน เทคนิคในการทำตลาดท้องถิ่นการวิเคราะห์คู่แข่ง การใช้เทคโนโลยี ในการจัดการธุรกิจท้องถิ่น การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้ทฤษฎีทางการตลาดเข้าไปแก้ปัญหาตามสถานการณ์ ลงพื้นที่เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเตรียมการนำเสนอโครงการการตลาด</p> <p>Entrepreneurship concepts, local operator types, processes of gaining advantages in marketing competitions, supply chain relationships, marketing techniques in local business, competitor analysis, technology in local marketing management, applications of the sufficiency economy concepts emphasizing on marketing theories to solve situational problems, a marketing project based on real data collection and data analysis</p> | 3(2-2-5) |
| 3543117  | <p><b>การตลาดโลก</b></p> <p>Global Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิดและปรัชญาการบริหารการตลาดโลก องค์กรและ ข้อตกลงทางการค้าในตลาดโลก สภาพแวดล้อมในตลาดโลก การเลือกตลาด กลยุทธ์การตลาดโลก จริยธรรมทางการตลาดโลก</p> <p>Concepts and philosophies of global marketing management, organizations and trade agreements in the global markets, global market environments, market selections, global marketing strategies, global marketing ethics</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 3(3-0-6) |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | น(ท-ป-อ) |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543122  | <b>นวัตกรรมการตลาด</b><br><b>Marketing Innovation</b><br><b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน 3541103 หลักการตลาด</b><br><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b><br><p>ความหมายและความสำคัญของนวัตกรรมการตลาด องค์ประกอบของนวัตกรรมการตลาด เครื่องมือสนับสนุนนวัตกรรมทางการตลาด การพัฒนาการคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงระบบ และความคิดสร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ กรณีศึกษาด้านนวัตกรรมทางการตลาด</p> <p>Definitions and importance of marketing innovations, elements of marketing innovations, marketing innovation support tools, development of analytical thinking, system thinking, and creative thinking, value added creation by innovations and creative thinking, case studies of marketing innovations</p> | 3(2-2-5) |
| 3543306  | <b>การบริหารงานขาย</b><br><b>Sales Management</b><br><b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</b><br><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b><br><p>แนวคิดของการบริหารงานขาย ขั้นตอนการบริหารงานขาย การพยากรณ์ยอดขาย การจัดองค์กรฝ่ายขาย การบริหารพนักงานขาย ศิลปะการขาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสังคมและ จริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการขาย</p> <p>Sales management concepts , sales management procedures, sales forecasts, organization structures of sales department, sales staff management , art of sales, sales personnel and customer relationships, social responsibilities, and sales ethics</p>                                                                                                          | 3(2-2-5) |



| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | น(ท-ป-อ) |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543408  | <p><b>การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ</b></p> <p><b>Integrated Marketing Communication</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดทำงบประมาณ การควบคุมและการประเมินผล จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด</p> <p>Integrated marketing communication concepts, roles and importance of marketing communication, tools of integrated marketing communication, integrated marketing communication planning, budget specifications, control and evaluation, marketing communication ethics</p> | 3(2-2-5) |
| 3543603  | <p><b>การวิจัยตลาด</b></p> <p><b>Marketing Research</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>ความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการวิจัย การกำหนดปัญหาการวิจัย การออกแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล ข้อมูลการวิเคราะห์ และการตีความข้อมูล การจัดทำรายงานการวิจัย และการนำเสนอข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจทางการตลาด</p> <p>Definitions, importance and research processes, research question determinations, research designs, data collections, data processing, data analysis and interpretations, research reports, and information presentations based on analyzed data to be guidelines for marketing decisions</p>                      | 3(2-2-5) |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | น(ท-ป-อ) |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3544608  | <b>โครงการทางการตลาด</b><br><b>Marketing Project</b><br><b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</b><br><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b><br><p>ความหมายและความสำคัญของโครงการการตลาด การสืบค้นข้อมูลและการกำหนดหัวข้อโครงการการตลาด การเขียนโครงการการตลาด และนำเสนอเพื่อการพิจารณาอนุมัติ การดำเนินงานตามแผนโครงการการตลาด การควบคุม และการประเมินผล การจัดทำรายงานและการนำเสนอโครงการการตลาด โดยเน้นการทำงานเป็นทีมภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา</p> <p>Definitions and importance of marketing projects, information searches and determinations of marketing project topics, writing procedures of marketing project proposals, submission for approval, project implementations based on designed marketing plans, control and evaluation, written report submission, and team working presentations of marketing projects under advisors' supervisions</p> | 3(2-2-5) |
| 3543108  | <b>เลือกเรียน</b><br><b>กลยุทธ์การตลาด</b><br><b>Marketing Strategy</b><br><b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</b><br><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b><br><p>บทบาท ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาด องค์ประกอบ กลยุทธ์การตลาด วิเคราะห์ตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ การควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้กรอบของจรรยาบรรณทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>Roles and importance of marketing strategies, marketing strategy elements, marketing analysis, target market determination, strategic marketing planning processes, control of marketing operations within the framework of the marketing ethics and social responsibility</p>                                                                                                                                                                                      | 3(2-2-5) |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | น(ท-ป-อ) |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543109  | <p><b>การตลาดบริการ</b></p> <p><b>Service Marketing</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>ลักษณะเฉพาะของกิจการบริการที่แตกต่างจากการผลิต การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การวางแผน และการออกแบบกระบวนการให้บริการ ส่วนประสมการตลาด บริการเพื่อให้บรรลุคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า วิธีวัดความพึงพอใจของบริการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้รับบริการ รวมถึงแนวคิดต่าง ๆ ทางด้านการตลาดบริการที่สำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมของผู้ประกอบการ</p> <p>Characteristics of service business, analysis of marketing environments, consumer behaviors, technological advancement, planning and designing processes of service business, service marketing mix to achieve service quality, customer satisfaction and loyalty, satisfaction measurement methods on service products, formation of positive relationships with customers, service marketing concepts affecting customers' satisfaction, corporate social responsibilities, and entrepreneurship ethics</p> | 3(3-0-6) |
| 3543111  | <p><b>การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</b></p> <p><b>Social and Environment Marketing</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p><b>Pre-requisite: 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปัญหาของสังคมและสิ่งแวดล้อม หลักการตลาดสีเขียว กระบวนการจัดการตลาด ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภคที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม การวางแผนการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถนำไปปฏิบัติได้</p> <p>Concepts of social and environmental marketing, social and environmental problems, green marketing principles, market management processes, corporate social and environmental responsibilities, analysis of the social and environmental marketing,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3(2-2-5) |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | น(ท-ป-อ) |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|          | consumer behaviors considering issues of societies and environments, social and environmental marketing planning and applications                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |
| 3543118  | <p>การตลาดสินค้าเกษตร</p> <p>Agricultural Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite: 3541103 Principles of Marketing</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 3(2-2-5) |
|          | <p>แนวคิด โครงสร้างการตลาดสินค้าเกษตร ปัจจัยสภาพแวดล้อมของตลาดสินค้าเกษตร นโยบายรัฐบาลสินค้าเกษตร กรณีศึกษาทางการตลาดสินค้าเกษตร การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร การพัฒนากลยุทธ์การตลาด การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเชื่อมโยง</p> <p>Concepts of agricultural market structures, environmental factors of agricultural product markets, government policies of agricultural products, case studies of agricultural product marketing, value added creation to agricultural products, marketing strategy development, management of interconnected distribution channels</p> |          |
| 3543119  | <p>การตลาดชายแดน</p> <p>Border Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 3(3-0-6) |
|          | <p>บทบาท และความสำคัญของการตลาดชายแดน ที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดชายแดน พฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์ค้าปลีก ค้าส่งและโลจิสติกส์ ระหว่างชายแดน การใช้เทคโนโลยีทางการตลาด</p> <p>Roles and importance of border marketing to the national economy, analysis of border market opportunities, customer behaviors, retail and wholesale strategies, border border logistics marketing technology use</p>                                                                                                                                                     |          |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | น(ท-ป-อ) |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543120  | <p><b>การจัดการตราสินค้า</b></p> <p><b>Brand Management</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>ความหมาย และความสำคัญของแบรนด์ องค์ประกอบแบรนด์ แนวคิดแบรนด์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วิธีการสร้างแบรนด์ เอกลักษณ์ ของแบรนด์ ความเข้มแข็งของแบรนด์ การสร้างคุณค่าของแบรนด์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการสร้างแบรนด์ การกำหนดเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์ การวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์</p> <p>Definitions and importance of product brands, brand elements, brand concepts, target market determinations, brand building, brand characteristics, brand strength, brand value creations, factors of success and failure in branding, communication tool determinations building brand awareness, analysis of case studies on branding</p> | 3(3-0-6) |
| 3543121  | <p><b>การตลาดทางตรง</b></p> <p><b>Direct Marketing</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>หลักการ และแนวคิดการตลาดทางตรง บทบาทของการตลาดทางตรงที่มีต่อผู้บริโภค ระบบฐานข้อมูลในการตลาดทางตรง เทคโนโลยีในการพัฒนาตลาดทางตรง เครื่องมือของการตลาดทางตรง การตอบสนองการตลาดทางตรงแบบต่าง ๆ และจรรยาบรรณนักการตลาดทางตรง</p> <p>Principles and concepts of direct marketing, roles of direct marketing on consumers, database system in direct marketing, technologies for developing direct markets, tools of direct marketing, various types of direct marketing responses, and direct marketing ethics</p>                                                                                                                                                                              | 3(3-0-6) |

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | น(ท-ป-อ) |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543307  | <p><b>การจัดซื้อ</b></p> <p><b>Purchasing</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>หลักการ และการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ กลยุทธ์การจัดซื้อ การเลือกแหล่งขาย การเจรจาต่อรอง การควบคุมสินค้า คงคลัง ระบบการจัดซื้อ การจัดซื้อแบบออนไลน์ การเก็บสถิติรายงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ กลยุทธ์การจัดซื้อ กฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดซื้อ</p> <p>Principles and management of procurement, purchasing strategies, sales source determinations, purchasing negotiations, inventory control, purchasing systems, online purchasing, statistical data collections of purchasing, purchasing strategies, laws related to purchasing</p> | 3(3-0-6) |
| 3543308  | <p><b>การจัดการค้าปลีกและจัดแสดงสินค้า</b></p> <p><b>Retail Management and Exhibition</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า กลยุทธ์การตลาดของ ธุรกิจค้าปลีก การจัดซื้อสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การออกแบบผังร้านค้าและการจัดแสดงสินค้า การให้บริการแก่ลูกค้าในธุรกิจค้าปลีก</p> <p>Types of retail business, customer buying behaviors, retail marketing strategies, goods purchasing, inventory management, store layout designs including goods displays, customer services in the retail business</p>                                                            | 3(2-2-5) |
| 3543407  | <p><b>การโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ</b></p> <p><b>Advertising and Special Events</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p><b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>ความสำคัญของการโฆษณา และกิจกรรมพิเศษ การเลือกตลาด เป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์การโฆษณา การวางแผนการโฆษณา และกิจกรรม พิเศษ การสร้างสรรค์แนวคิด สื่อโฆษณา การประเมินผล โฆษณา เครื่องมือเกี่ยวกับกิจกรรม</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3(2-2-5) |

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

พิเศษ การพัฒนาตลาดด้วยกิจกรรม พิเศษ องค์การและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ

Importance of advertising and special events, target market selections, advertising strategy determinations, advertising and special events planning, creative selections of advertising medias, advertising evaluation, tools for special events, market development using special events, organizations and laws related to advertising and special events

3543409

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

3(3-0-6)

Customer Relationship Management

รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด

Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing

แนวคิด หลักการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การวางแผนการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า กลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าเครื่องมือ และ เทคโนโลยี ในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โดยการใช้ฐานข้อมูลและจรรยาบรรณทางการตลาดต่อลูกค้า

Concepts and principles of forming customer relationships, corporate customer relationship planning, customer relationship strategies, tools and technologies for customer relationship management using database, and ethics of marketing on customers

3543501

การพยากรณ์ทางการตลาด

3(3-0-6)

Marketing Forecasting

รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด

Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing

แนวคิด กระบวนการพยากรณ์ อุปสงค์การตลาดและการขาย การวิเคราะห์สถานะเศรษฐกิจ และปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ เทคโนโลยีในการพยากรณ์แนวโน้มทางการตลาดโดยใช้ Big Data

Big Data Concepts, forecasting processes, market and sales demands, economic analysis, factors influencing on technology business using big data in forecasting market trends

| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | น(ท-ป-อ) |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3543502  | <p>ระบบสารสนเทศทางการตลาด</p> <p>Marketing Information System</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิด ความสำคัญ และบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบสารสนเทศทางการตลาด Big Data ระบบฐานข้อมูลทางการตลาด การจัดการระบบสารสนเทศทางการตลาดและ การประยุกต์ใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด</p> <p>Concepts, importance, and roles of information technology, marketing information system in terms of big data used as the marketing database, marketing information system management, applications of analyzed digital marketing information for marketing decisions</p> | 3(2-2-5) |
| 3543503  | <p>โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด</p> <p>Program in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>การศึกษาและฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในงานด้านการตลาด การสืบค้นข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงานผลและการนำเสนอทางการตลาด</p> <p>Studies and practices of software applications in marketing work packages, marketing information search, data collection methods, data processing, data analysis, written reports, and presentations</p>                                                             | 3(2-2-5) |
| 3544605  | <p>สัมมนาการตลาด</p> <p>Seminar in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด และ 3543107 การวางแผนการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing and 3543107 Marketing Planning</p> <p>ประมวลทฤษฎีทางการตลาด ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ ปัญหาของกรณีศึกษา และประเด็นที่น่าสนใจทางการตลาด วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดหรือวางแผนเพื่อแก้ปัญหา โดยใช้วิธีการเรียนแบบสัมมนา</p>                                                                                                                                                                                                              | 3(2-2-5) |



| รหัสวิชา | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | น(ท-ป-อ) |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|          | Marketing theory retrieval, further studies for applications of case study analysis, of interesting marketing issues, of marketing strategy planning or problem solving planning by using the seminar learning-teaching method                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |
| 3544606  | <p>ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด</p> <p>English for Marketer</p> <p>ฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษในการสร้างบุคลิกภาพของนักการตลาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในงานขาย การบริการ และการสื่อสารทางการตลาด</p> <p>Practice English language skills to form marketers' personality, English language skills for sales personnel, service and marketing Communication</p>                                                                                                                                              | 3(2-2-5) |
| 3544607  | <p>ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด</p> <p>Current Issue Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิด กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ เครื่องมือในการพัฒนาทางการตลาดที่ทันสมัยหรือแนวโน้มทางการตลาดที่สำคัญในอนาคต</p> <p>Concepts, modern marketing strategies, marketing tools to improve modern markets or significantly potential future markets</p>                                                            | 3(2-2-5) |
|          | <p>2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</p> <p>2.3.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |
| 3544703  | <p>การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด</p> <p>Pre-Apprenticeship in Marketing</p> <p>การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนการออกฝึกปฏิบัติวิชาชีพในด้านความรู้ในการปฏิบัติงานทางการตลาด การจัดทำโครงการ บุคลิกภาพ และทักษะในการปฏิบัติงาน</p> <p>Revision and retrieval activities of marketing knowledge and skills, marketing operations, marketing planning and reports including marketers' personality before serving apprenticeship as trainees in marketing work at establishments</p> | 2(1-2-3) |

| รหัสวิชา              | ชื่อและคำอธิบายรายวิชา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | น(ท-ป-อ) |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 3544704               | <p>การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด</p> <p>Apprenticeship in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3544703 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ</p> <p>การตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3544703 Pre-Apprenticeship in Marketing</p> <p>การปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับงานด้าน การตลาด และ มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 540 ชั่วโมง และจัดทำรายงานตามที่ได้รับ มอบหมาย</p> <p>Job training at the establishments related to marketing work, not less than 540-hour work, submission of written reports assigned</p>                                                                                                                                                            | 6(540)   |
| 2.3.2 กลุ่มสหกิจศึกษา |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |
| 7204701               | <p>การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาด้านการตลาด</p> <p>Cooperative Education Preparation in Marketing</p> <p>กิจกรรมการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนในการปฏิบัติสหกิจศึกษา โดยให้ ความรู้เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ระเบียบข้อบังคับ กระบวนการสหกิจศึกษา ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน การสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการนำเสนอ และการเขียนรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา</p> <p>Activities to prepare learners in cooperative education. Knowledge of principles, concepts, regulations, Co-operative education process, Fundamentals of practice, Communication, relationship, Personality development, Presentation techniques, and Co-operative study performance report writing.</p> | 2(1-2-3) |
| 7204702               | <p>สหกิจศึกษาด้านการตลาด</p> <p>Cooperative Education in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 7204701 การเตรียมความพร้อมสหกิจ</p> <p>ศึกษาด้านการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 7204701 Cooperative Education Preparation in Marketing</p> <p>การปฏิบัติงานเต็มเวลาในลักษณะพนักงานชั่วคราวในสถานประกอบการ สามารถเรียนรู้ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร การทำงานร่วมกับผู้อื่น การแก้ปัญหาในการทำงาน สามารถจัดทำรายงาน นำเสนอความก้าวหน้า และ</p>                                                                                                                                                                                                                                                | 6(640)   |

รหัสวิชา

ชื่อและคำอธิบายรายวิชา

น(ท-ป-อ)

ผลสำเร็จของโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนสามารถนำความรู้  
ความสามารถขยายจากการศึกษาตลอดหลักสูตรไปประยุกต์ใช้

Full-time operations. Able to learn to adapt to the corporate culture. Working with Colleague. Solving problems in work. Prepare reports. Present the progress and the assigned project. Able to apply knowledge to apply.

### 3.2 ชื่อ สกุล เลขประจำตัวบัตรประชาชน ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

#### 3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล                                  | ตำแหน่ง<br>วิชาการ     | คุณวุฒิ                  | วิชาเอก/<br>สาขา               | สถาบัน<br>ที่สำเร็จการศึกษา                                           | ปีที่สำเร็จ<br>การศึกษา | ภาระการสอน (ชั้นต่ำ)<br>ชม./สัปดาห์/ปีการศึกษา |      |      |      |      |
|-------|-----------------------------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------|------|------|------|------|
|       |                                               |                        |                          |                                |                                                                       |                         | 2564                                           | 2565 | 2566 | 2567 | 2568 |
| 1.    | นางสาวมีพร หาญชัยสุขสกุล<br>x xxxxxxxxx xxx x | ผู้ช่วย<br>ศาสตราจารย์ | บธ.ม.<br>บธ.บ.           | การตลาด<br>การตลาด             | มหาวิทยาลัยรามคำแหง<br>มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์                       | 2544<br>2530            | 30                                             | 30   | 30   | 30   | 30   |
| 2.    | นางจาริณี เขียวเจริญ<br>x xxxxxxxxx xxx x     | ผู้ช่วย<br>ศาสตราจารย์ | บธ.ม.<br>บธ.บ.           | การตลาด<br>การจัดการ<br>ทั่วไป | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย<br>มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย                     | 2542<br>2534            | 30                                             | 30   | 30   | 30   | 30   |
| 3     | นางรริณา มุกดา<br>x xxxxxxxxx xxx x           | อาจารย์                | D.B.A.<br>บธ.ม.<br>บธ.บ. | Business<br>การตลาด<br>การตลาด | Universiti Utara Malaysia<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง<br>มหาวิทยาลัยทักษิณ | 2563<br>2548<br>2543    | 30                                             | 30   | 30   | 30   | 30   |
| 4.    | นางสิริชนก อินทะสุวรรณ<br>x xxxxxxxxx xxx x   | อาจารย์                | บธ.ม.<br>บธ.บ.           | การตลาด<br>การตลาด             | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย<br>มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย                      | 2541<br>2535            | 30                                             | 30   | 30   | 30   | 30   |
| 5.    | นางสาวสิริกัญญา โชติช่วง<br>x xxxxxxxxx xxx x | อาจารย์                | บธ.ม.<br>บธ.บ.           | การตลาด<br>การตลาด             | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ<br>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล<br>ศรีวิชัย | 2553<br>2551            | 30                                             | 30   | 30   | 30   | 30   |

### 3.2.2 อาจารย์พิเศษ

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล           | ตำแหน่งวิชาการ     | คุณวุฒิ               | สาขาวิชาเอก       |
|-------|------------------------|--------------------|-----------------------|-------------------|
| 1     | นางนิตยา วัชร          | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต | สาขาวิชาการจัดการ |
| 2     | นายประสิทธิ์ รัตนพันธ์ | -                  | ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต     | สาขาวิชาการตลาด   |
| 3     | นางสาวอรศิริ ลีลาอุทัย | -                  | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต | สาขาวิชาการตลาด   |

## 4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกปฏิบัติประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษา)

### 4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

- 4.1.1 มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์ รู้จักหน้าที่ รับผิดชอบ
- 4.1.2 ความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาด และนำไปประยุกต์ใช้งาน มีความคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นระบบ
- 4.1.3 ตัดสินใจภายใต้การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อแก้ปัญหาแนวทางต่าง ๆ
- 4.1.4 มีทักษะในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ทำงานเป็นทีม

### 4.2 ช่วงเวลา

ปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2

### 4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

จัดเต็มเวลา 1 ภาคการศึกษา

## 5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย

โครงการหรืองานวิจัยซึ่งเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องด้านบริหารธุรกิจ การตลาด โดยนำความรู้ ทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดทางเลือกเพื่อแก้ปัญหา และพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และต้องใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอโครงการและการจัดทำเอกสาร

### 5.1 คำอธิบายโดยย่อ

โครงการหรืองานวิจัยที่นักศึกษาสนใจ และสามารถอธิบายแนวคิด หลักการ ทฤษฎีทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาด มาประยุกต์ใช้ในการจัดทำโครงการ วัตถุประสงค์ ขอบเขต ประโยชน์ของโครงการหรืองานวิจัย ที่จัดทำเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด

### 5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

5.2.1 มีความรู้ และประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาด เทคโนโลยีที่เอื้อต่อการจัดทำโครงการหรืองานวิจัย

5.2.2 ทำโครงการ หรือวิจัยเบื้องต้นในการแก้ปัญหาธุรกิจ หรือการพัฒนาธุรกิจได้

5.2.3 การเขียนรายงานโครงการหรืองานวิจัย และการนำเสนอโดยใช้การติดต่อสื่อสารได้

5.2.4 ส่งงานได้ตามระยะเวลาที่กำหนด

### 5.3 ช่วงเวลา

ปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 และปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1

### 5.4 จำนวนหน่วยกิต

6 หน่วยกิต

## 5.5 การเตรียมการ

ผู้สอนจัดอาจารย์ที่ปรึกษาประจำกลุ่มของนักศึกษา และกำหนดเวลาให้คำปรึกษา ผู้สอนอธิบาย ทฤษฎีในการวิจัย โดยนักศึกษาจัดทำโครงงานหรืองานวิจัยควบคู่กับการปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา การ จัดทำเครื่องมือการวิจัย และลงพื้นที่เก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูลพื้นฐานมาทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม สำเร็จรูป และวิเคราะห์ผล จัดทำเล่มรายงานและการนำเสนอผลงาน

## 5.6 กระบวนการประเมินผล

5.6.1 การประเมินผลจากโครงงาน/งานวิจัย

5.6.2 ประเมินผลจากการนำเสนอผลงาน

## หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

### 1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

| คุณลักษณะพิเศษ                            | กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา                                                                                 |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การมีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา กระตือรือร้น | การเข้าร่วมกิจกรรม การส่งงานตามระยะเวลาที่กำหนด การแต่งกายที่เหมาะสมตามเวลาและโอกาส การเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง |
| จิตสาธารณะ                                | การจัดโครงการช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม และ สอดแทรกในการเรียนการสอนให้ฝึกแนวคิดในการทำ การตลาดสีเขียว       |
| คิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ คิดสร้างสรรค์   | การเรียนการสอนด้วย Problem bases หรือ Project bases โดยมีอาจารย์ผู้สอนเป็น coaching การจัด อบรมการพัฒนาการคิด |
| บุคลิกภาพ มีมนุษยสัมพันธ์                 | การทำงานร่วมกับผู้อื่น ฝึกปฏิบัติออกพื้นที่ในท้องถิ่น เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตลาด                             |
| การใช้เทคโนโลยี                           | การจัดโครงการ/กิจกรรมการเสริมทักษะในเทคโนโลยี โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางงานด้านการตลาด                         |

### 2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

#### 2.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

##### 2.1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

##### 2.1.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต โดย มีความพอเพียงเป็นฐานในการดำเนินชีวิต
- (2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- (3) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและ ศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

(4) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคมตลอดจนมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

#### 2.1.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(1) จัดการเรียนการสอนโดยสอดแทรกเนื้อหาคุณธรรม จริยธรรม ความเสียสละ และความซื่อสัตย์สุจริต

(2) ประยุกต์การสอนโดยยกตัวอย่างเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันที่เกิดจากการยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม

(3) ฝึกเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมพื้นฐาน เช่น ระเบียบวินัย การเข้าชั้นเรียนตรงต่อเวลา การแต่งกายสุภาพ มีสัมมาคารวะ มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

(4) อาจารย์ผู้สอนปฏิบัติตนโดยยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรม เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา

(5) ยกตัวอย่างกรณีศึกษาและจัดกิจกรรมกลุ่ม เช่น การแสดงบทบาทสมมติ

#### 2.1.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(1) อาจารย์ผู้สอนประเมินพฤติกรรมและทัศนคติของนักศึกษาทั้งก่อนและหลังเรียน

(2) อาจารย์ผู้สอนประเมินพฤติกรรมนักศึกษาทั้งในและนอกชั้นเรียน

(3) สังเกตพฤติกรรมระหว่างเรียน

(4) ประเมินจากการบันทึกเวลาเรียน การนำเสนอหน้าชั้นเรียน ความสนใจในกิจกรรมต่าง ๆ ในขณะเรียน

### 2.1.2 ด้านความรู้

#### 2.1.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

(1) มีความรู้ความเข้าใจ สารสำคัญของหลักการและทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานชีวิตในเนื้อหาวิชาที่ศึกษา

(2) มีความรอบรู้ ความก้าวหน้าทางวิชาการในวิชาที่ศึกษา รวมทั้งความเข้าใจหลักการประยุกต์ใช้แก้ปัญหาต่าง ๆ บนพื้นฐานของการมีความเข้าใจ ในความแตกต่างระหว่างบุคคล และวางตัวได้อย่างเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบ

(3) สามารถสืบค้นข้อมูล ความรู้ให้แก่ตนเองและผู้อื่นได้ตรงตามความต้องการจากแหล่งที่หลากหลาย

(4) มีประสบการณ์ในการพัฒนาและสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้จริง เพื่อยกระดับการพัฒนาตนเองทั้งร่างกาย จิตใจ ด้วยความเฉลียวฉลาด

(5) พัฒนาศักยภาพของตนเองด้วยการศึกษาอย่างยั่งยืนโดยสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาตนเอง

(6) ตระหนักถึงศักยภาพของตนเองเพื่อพัฒนาความสามารถของตนเองเพิ่มขึ้น อันจะนำไปสู่การดำรงชีวิตอย่างมีความสุขและยั่งยืน

#### 2.1.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

(1) เน้นกระบวนการเรียนรู้ที่ให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเรียนเป็นหลัก

(2) ใช้เทคนิคการสอนที่หลากหลายปรับเปลี่ยนตามเนื้อหาสาระ

(3) ให้ความสำคัญกับแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย

- (4) เน้นกระบวนการเรียนรู้อย่างบูรณาการ
- (5) สามารถสืบค้นสารสนเทศให้แก่ตนเองและผู้อื่นได้ตรงตามความต้องการ
- (6) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าเป็นรายกลุ่ม/รายบุคคล
- (7) บรรยายทฤษฎี หลักการ ยกตัวอย่างประกอบ ให้นักศึกษานำเสนอความคิดเห็น และถาม-ตอบในชั้นเรียน
- (8) มีความรู้ความเข้าใจ สารสำคัญของหลักการและทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานชีวิตในเนื้อหาวิชาที่ศึกษา

### 2.1.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) อาจารย์ผู้สอนประเมินนักศึกษาจากผลการทดสอบ การสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น ความตั้งใจ ความเอาใจใส่ การมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนการสอน
- (2) ประเมินผลจากงานที่มอบหมายให้ทำ แบบฝึกหัด การสอบย่อย สอบกลางภาคและสอบปลายภาค
- (3) สังเกตพฤติกรรมระหว่างเรียน
- (4) ประเมินผลจากการจัดกิจกรรมกลุ่ม

## 2.1.3 ด้านทักษะทางปัญญา

### 2.1.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) สามารถสืบค้น วิเคราะห์ ประมวล และประเมินสารสนเทศเพื่อใช้แก้ปัญหา โดยมีการคิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ
- (2) สามารถใช้ทักษะการคิดพัฒนาให้เกิดปัญญาแนวคิดเกี่ยวกับสภาพอนาคต และกำหนดแนวทางความเป็นไปได้ที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดได้ไปจนถึงได้ผลของการคิดเพื่อการพัฒนาตนเอง
- (3) มีทักษะวิธีคิดแก้ไขปัญหาหลากหลายรูปแบบและมีทักษะแก้ไขปัญหอย่างบูรณาการได้
- (4) สามารถประยุกต์ใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา

### 2.1.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) เน้นให้นักศึกษาฝึกสังเกต ฝึกการตั้งคำถาม ฝึกการคิดในหลากหลายรูปแบบ
- (2) เน้นการสอนที่มีการประยุกต์ใช้ความคิดในรูปแบบต่าง ๆ
- (3) จัดกิจกรรมการสอนที่ให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการใช้ความคิดร่วมกัน
- (4) สอดแทรกตัวอย่างที่เกิดจากการมีทักษะทางปัญญาในการแก้ไขปัญหา

### 2.1.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) สังเกตพัฒนาการ การมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ ความสนใจ ความตั้งใจในการแสวงหาความรู้
- (2) สังเกตวิธีคิดในการตั้งคำถาม หาคำตอบ และแนวทางแก้ไขปัญหา
- (3) อาจารย์จัดสอบเพื่อประเมิน



## 2.1.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 2.1.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคลและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยความเข้าใจ และรู้ถึงคุณค่าความแตกต่างทาง วัฒนธรรม ทั้งของไทยและประชาคมนานาชาติ
- (2) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อื่น
- (3) วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ
- (4) มีความรับผิดชอบในตนเอง วิชาชีพ องค์กร และสังคมอย่างต่อเนื่อง
- (5) มีทักษะกระบวนการกลุ่มในการแก้ปัญหาสถานการณ์และบทบาทในสังคมต่าง ๆ
- (6) มีทักษะในการเสริมสร้างความสามัคคีในกลุ่มหรือองค์กร

### 2.1.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่สอดแทรกให้มีการทำงานร่วมกันระหว่างนักศึกษา
- (2) จัดกิจกรรมเสริมประสบการณ์ภาคสนามโดยให้นักศึกษาแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น
- (3) สอนเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล สังคม และวัฒนธรรม การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
- (4) สอนเรื่องการช่วยเหลือและการมีน้ำใจต่อผู้อื่น
- (5) สอนเรื่องการทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะ และทักษะในการแก้ปัญหาในการทำงานเป็นกลุ่ม

### 2.1.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) ประเมินการมีส่วนร่วมในกระบวนการศึกษาทั้งในและนอกห้องเรียน
- (2) ประเมินการสร้างความร่วมมือและการให้ความร่วมมือกับเพื่อนนักศึกษา
- (3) ประเมินความรับผิดชอบต่อการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างจัดกิจกรรม
- (4) แบบฝึกหัด ชิ้นงานสอบกลางภาค และสอบปลายภาค

## 2.1.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 2.1.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาความรู้และประยุกต์ใช้บนพื้นฐานของหลักการทางวิชาการในการดำเนินชีวิตและปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม
- (2) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการสื่อสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับโอกาสและวาระที่แตกต่างกัน

(3) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสารและนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไปจนถึงการตระหนักรู้ผลกระทบของเทคโนโลยีที่มีต่อชีวิตและสังคม

(4) สามารถใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น คัดกรอง รวบรวมการประมวลผลและวิเคราะห์ บนหลักการทางวิชาการได้

(5) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรม และสถานการณ์โลกปัจจุบัน

#### 2.1.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้มีทักษะการคิดวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาและสามารถถ่ายทอดกระบวนการคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) จัดการเรียนการสอนโดยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ

(3) สอนเรื่องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อติดตามความก้าวหน้า ทางเทคโนโลยี นวัตกรรม และสถานการณ์โลกปัจจุบัน

(4) บรรยาย อภิปราย และยกตัวอย่างการใช้ภาษาในบริบทที่แตกต่าง

(5) มอบหมายให้ศึกษาค้นคว้า และทำกิจกรรมเป็นรายบุคคล/กลุ่ม

(6) แนะนำให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง โดยปรึกษากันได้ ถ้าผู้สอนได้ และศึกษาจาก website สื่อการสอน e-learning ได้

#### 2.1.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์แก้ไขปัญหาระหว่างดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอน

(2) ประเมินผลจากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์

(3) ประเมินผลจากทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรม และสถานการณ์โลกปัจจุบัน

(4) การนำเสนอผลงานการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

(5) แบบฝึกหัด แบบทดสอบสอบกลางภาค และสอบปลายภาค

(6) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอผลงาน

## 2.2 หมวดวิชาเฉพาะ

### 2.2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

#### 2.2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

(1) มีความซื่อสัตย์สุจริต รับผิดชอบต่อตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม เสียสละ ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น

(2) มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กร และสังคม

(3) มีความรู้ความเข้าใจในหลักคุณธรรม จริยธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ และจรรยาบรรณวิชาชีพ

(4) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิตโดยยึดหลักแนวคิด พอประมาณ  
ความมีเหตุผล และสร้างภูมิคุ้มกัน

#### 2.2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) บรรยาย อภิปรายและสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ  
ทางการตลาด
- (2) การกำหนดเกณฑ์ในการเข้าเรียนการตรงต่อเวลา การแต่งกายตามระเบียบ  
มหาวิทยาลัย การส่งงานตรงตามเวลาที่กำหนด
- (3) ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายในการทำงานต่อตนเองและผู้อื่นในการ  
ทำงานเป็นทีม
- (4) การจัดการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดยคำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อมและ  
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

#### 2.2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) การประเมินความตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบในการส่งงานและการเข้า  
ร่วมกิจกรรม
- (2) สังเกตพฤติกรรมความมีวินัย และความพร้อมเพรียงในการเข้าชั้นเรียน

### 2.2.2 ด้านความรู้

#### 2.2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) มีความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับหลักการ ทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาที่  
ศึกษา
- (2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ  
และศาสตร์ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์
- (3) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ  
และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน
- (4) มีความรู้ความเข้าใจ สามารถบูรณาการศาสตร์ที่ศึกษากับศาสตร์ที่เกี่ยวข้องได้

#### 2.2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) เน้นการเรียนการสอนให้เป็น Active Learning
- (2) ใช้วิธีการสอนแบบ Brain Storming โดยทุกคนนำเสนอความคิดของตนเอง
- (3) จัดการเรียนการสอนให้มีการเรียนรู้แบบ Authentic Learning จาก  
สถานการณ์จริง
- (4) จัดการเรียนการสอนโดยวิทยากรจากภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญตามศาสตร์
- (5) บูรณาการงานวิจัย/บริการวิชาการ/ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม กับการจัดการ  
เรียนการสอน

#### 2.2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) ประเมินจากการทดสอบย่อย จากการสอบกลางภาคและปลายภาคเรียน
- (2) ประเมินจากรายงานโครงการ กิจกรรม จากการจัดการเรียนการสอน
- (3) ประเมินจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษาด้านบริหารธุรกิจ

## 2.2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

### 2.2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(1) สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูลจากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งาน ตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ

(2) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษา และประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไป

(3) สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์

### 2.2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(1) มอบหมายงานให้นักศึกษาได้ค้นคว้าตามเนื้อหาที่สอดคล้องกับศาสตร์  
(2) การใช้ Role Playing ในการจัดการเรียนการสอนโดยบทบาทสมมติ  
(3) บูรณาการความรู้ในรายวิชา Project Based Learning ของชุมชน เพื่อสร้างความรู้ด้วยตนเอง

(4) ใช้วิธีการสอนแบบ Inquiry Based Learning โดยการค้นคว้า สืบค้นข้อมูล และรู้จักการคิดวิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลอย่างสร้างสรรค์

### 2.2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย
- (2) ประเมินนำเสนอผลงาน
- (3) ประเมินจากการสอนการทำงาน/บทบาทในการทำกิจกรรม

## 2.2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 2.2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) มีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น สามารถแสดงภาวะผู้นำหรือภาวะผู้ตาม ในการเป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และสามารถปรับตัวในการเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

(2) สามารถแสดงความคิดริเริ่มและเห็นต่างอย่างสร้างสรรค์ ที่เอื้อต่อการแก้ไข ปัญหาของกลุ่มและทีม

(3) มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาตนเองและอาชีพ

### 2.2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยเน้นการทำงานในกลุ่ม  
(2) ปลุกฝังการใช้ Collaborative Learning ในการทำกิจกรรมร่วมกัน  
(3) จัดประสบการณ์เรียนรู้ เช่น โครงการ/การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด/สหกิจศึกษาด้านการตลาด

### 2.2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) สังเกตจากพฤติกรรมการทำงานกลุ่มและการนำเสนองานกลุ่ม

- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานกลุ่ม
- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายงาน
- (4) ประเมินรายงานจากโครงการการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษา

บริหารธุรกิจ

## 2.2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 2.2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ และสถิติ มาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจธุรกิจและชีวิตประจำวัน
- (2) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูดการเขียนและการนำเสนอได้อย่างเหมาะสมทั้งที่เป็นข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น
- (3) สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการบริหารธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) จัดการเรียนการสอนเน้นการใช้การสื่อสารการพูด ฟัง อ่านและการเขียน
- (2) ส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้
- (3) เน้นผู้เรียนนำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 2.2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) ประเมินจากทักษะการพูด เขียน นำเสนอรายงานและผลงานโดยใช้ Oral Presentation
- (2) การนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- (3) ประเมินจากการใช้คำศัพท์ทางด้านการตลาด

## 3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

### 3.1 ผลการเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ในตารางมีความหมาย ดังนี้

#### 3.1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต โดยมีความพอเพียงเป็นฐานในการดำเนินชีวิต
- (2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- (3) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- (4) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคมตลอดจนมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

### 3.1.2 ด้านความรู้

- (1) มีความรู้ความเข้าใจ สาระสำคัญของหลักการและทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานชีวิตในเนื้อหาวิชาที่ศึกษา
- (2) มีความรอบรู้ ความก้าวหน้าทางวิชาการในวิชาที่ศึกษา รวมทั้งความเข้าใจหลักการประยุกต์ใช้แก้ปัญหาต่าง ๆ บนพื้นฐานของการมีความเข้าใจ ในความแตกต่างระหว่างบุคคล และวางตัวได้อย่างเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบ
- (3) สามารถสืบค้นข้อมูล ความรู้ให้แก่ตนเองและผู้อื่นได้ตรงตามความต้องการ จากแหล่งที่หลากหลาย
- (4) มีประสบการณ์ในการพัฒนาและสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้จริง เพื่อยกระดับการพัฒนาตนเองทั้งร่างกาย จิตใจ ด้วยความเฉลียวฉลาด
- (5) พัฒนาศักยภาพของตนเองด้วยการศึกษาอย่างยั่งยืนโดยสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาตนเอง
- (6) ตระหนักถึงศักยภาพของตนเองเพื่อพัฒนาความสามารถของตนเองเพิ่มขึ้น อันจะนำไปสู่การดำรงชีวิตอย่างมีความสุขและยั่งยืน

### 3.1.3 ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) สามารถสืบค้น วิเคราะห์ ประมวล และประเมินสารสนเทศเพื่อใช้แก้ปัญหาโดยมีการคิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ
- (2) สามารถใช้ทักษะการคิดพัฒนาให้เกิดปัญญาแนวคิดเกี่ยวกับภาพอนาคต และกำหนดแนวทางความเป็นไปได้ที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดได้ไปจนถึงได้ผลของการคิดเพื่อการพัฒนาตนเอง
- (3) มีทักษะวิธีคิดแก้ไขปัญหาลากหลายรูปแบบและมีทักษะแก้ไขปัญหอย่างบูรณาการได้
- (4) สามารถประยุกต์ใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา

### 3.1.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคลและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยความเข้าใจและรู้ถึงคุณค่าความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทั้งของไทยและประชาคมนานาชาติ
- (2) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อื่น
- (3) วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ
- (4) มีความรับผิดชอบในตนเอง วิชาชีพ องค์กร และสังคมอย่างต่อเนื่อง
- (5) มีทักษะกระบวนการกลุ่มในการแก้ปัญหาสถานการณ์และบทบาทในสังคมต่าง ๆ
- (6) มีทักษะในการเสริมสร้างความสามัคคีในกลุ่มหรือองค์กร

### 3.1.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาความรู้และประยุกต์ใช้บนพื้นฐานของหลักการทางวิชาการในการดำเนินชีวิตและปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม
- (2) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการสื่อสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับโอกาสและวาระที่แตกต่างกัน
- (3) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสารและนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไปจนถึงการตระหนักรู้ผลกระทบของเทคโนโลยีที่มีต่อชีวิตและสังคม

- (4) สามารถใช้เทคโนโลยีในการสืบค้น คัดกรอง รวบรวมการประมวลผลและวิเคราะห์  
บนหลักการทางวิชาการได้
- (5) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรม และสถานการณ์โลกปัจจุบัน

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)



ความรับผิดชอบหลัก



ความรับผิดชอบรอง

| รหัสวิชา                   | รายวิชา                              | 1.ด้านคุณธรรม<br>จริยธรรม |   |   |   | 2.ด้านความรู้ |   |   |   |   |   | 3.ด้านทักษะทาง<br>ปัญญา |   |   |   | 4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่าง<br>บุคคลและความรับผิดชอบ |   |   |   |   |   | 5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิง<br>ตัวเลข การสื่อสาร และการ<br>ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ |   |   |   |   |   |
|----------------------------|--------------------------------------|---------------------------|---|---|---|---------------|---|---|---|---|---|-------------------------|---|---|---|---------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
|                            |                                      | 1                         | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1                       | 2 | 3 | 4 | 1                                                       | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1                                                                               | 2 | 3 | 4 | 5 |   |
| กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร |                                      |                           |   |   |   |               |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |                                                         |   |   |   |   |   |                                                                                 |   |   |   |   |   |
| GESL101                    | ภาษาอังกฤษพาไป                       |                           | ● | ● |   | ●             |   |   | ● |   |   | ●                       | ● |   |   | ●                                                       |   |   |   | ● |   |                                                                                 |   | ● | ● |   |   |
| GESL102                    | ภาษาอังกฤษพิชิตฝัน                   |                           | ● |   | ● | ●             |   |   | ● | ● |   | ●                       |   |   | ● |                                                         |   | ● | ● |   |   |                                                                                 |   | ● | ● |   |   |
| GESL103                    | รู้ใช้ภาษาไทย                        |                           | ● |   |   |               |   |   |   | ● |   | ●                       |   |   |   | ●                                                       |   |   |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |   |
| GESL104                    | เฮฮาภาษามาเลย                        |                           | ● |   |   | ●             |   |   |   |   |   | ●                       |   |   |   |                                                         |   | ● |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |   |
| GESL105                    | เฮลโลภาษาอินโดนีเซีย                 |                           | ● |   |   | ●             |   |   |   |   |   | ●                       |   |   |   |                                                         |   | ● |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |   |
| GESL106                    | สนุกกับภาษาญี่ปุ่น                   |                           | ● |   |   | ●             |   |   |   |   |   | ●                       |   |   |   |                                                         |   | ● |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |   |
| GESL107                    | บันเทิงกับภาษาเกาหลี                 |                           | ● |   |   | ●             |   |   |   |   |   | ●                       |   |   |   |                                                         |   | ● |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |   |
| GESL108                    | เฟลิดเฟลีนกับภาษาจีน                 |                           | ● |   |   | ●             |   |   |   |   |   |                         |   |   | ● |                                                         |   | ● |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |   |
| กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์       |                                      |                           |   |   |   |               |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |                                                         |   |   |   |   |   |                                                                                 |   |   |   |   |   |
| GESH201                    | ทักษะชีวิต                           | ●                         | ● | ● | ○ | ●             | ○ |   | ● | ○ | ○ | ●                       | ○ |   | ● | ●                                                       | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |                                                                                 |   | ● |   |   | ○ |
| GESH202                    | ปรัชญาและศาสนา                       | ●                         | ● |   | ○ | ●             |   |   |   |   |   | ●                       |   |   |   | ●                                                       |   | ● |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   | ○ |
| GESH203                    | มนุษย์กับความงาม                     | ●                         | ● |   | ○ | ●             |   |   | ● | ○ | ● | ●                       |   |   | ○ | ●                                                       | ● | ○ |   | ○ |   |                                                                                 |   | ● |   |   |   |
| GESH204                    | วัยใส ใจสะอาด                        | ●                         | ● | ● | ○ | ●             | ● | ○ | ○ | ● |   | ●                       | ● | ○ | ○ | ○                                                       | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ●                                                                               |   | ○ |   |   |   |
| GESH205                    | นักสืบชุมชน                          |                           | ● |   | ● | ●             |   | ● |   |   |   | ●                       |   |   |   | ●                                                       |   |   | ● |   |   |                                                                                 |   | ● | ● |   |   |
| GESH206                    | มนุษยชาติ                            |                           | ○ | ● |   | ○             |   |   |   |   | ● |                         |   | ● |   | ●                                                       |   |   |   | ○ |   |                                                                                 |   | ● |   |   | ○ |
| GESH207                    | ลับ ลวง หลอก ทางไซเบอร์              | ●                         |   |   | ● | ●             |   | ● | ● |   |   | ●                       |   | ● |   | ●                                                       |   | ● |   |   |   | ●                                                                               | ● |   |   |   |   |
| GESH208                    | นวัตกรรมทำได้                        | ○                         | ● | ○ |   | ●             | ● | ○ | ○ | ● |   | ○                       | ○ | ● | ● |                                                         |   | ○ | ○ | ● |   | ○                                                                               | ○ | ○ | ● |   | ○ |
| GESH209                    | วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นสมัยใหม่ | ○                         | ● | ○ | ○ | ○             | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ●                       | ○ | ○ | ○ | ○                                                       |   | ● | ○ |   |   | ●                                                                               | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์       |                                      |                           |   |   |   |               |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |                                                         |   |   |   |   |   |                                                                                 |   |   |   |   |   |
| GESS301                    | การใช้ชีวิตในสังคมสมัยใหม่           | ●                         | ● | ○ | ● | ●             | ● |   |   |   |   | ●                       |   |   | ● | ●                                                       | ● |   | ● |   | ● |                                                                                 |   | ● |   |   | ● |
| GESS302                    | ท้องถิ่นของเรา                       |                           | ● |   | ○ |               |   |   |   |   | ● |                         |   | ● |   | ●                                                       |   |   |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |   |



| รหัสวิชา                                        | รายวิชา                                   | 1.ด้านคุณธรรม<br>จริยธรรม |   |   |   | 2.ด้านความรู้ |   |   |   |   |   | 3.ด้านทักษะทาง<br>ปัญญา |   |   |   | 4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่าง<br>บุคคลและความรับผิดชอบ |   |   |   |   |   | 5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิง<br>ตัวเลข การสื่อสาร และการ<br>ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------|---|---|---|---------------|---|---|---|---|---|-------------------------|---|---|---|---------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
|                                                 |                                           | 1                         | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1                       | 2 | 3 | 4 | 1                                                       | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1                                                                               | 2 | 3 | 4 | 5 |
| GESS303                                         | อาเซียนร่วมใจ                             | ●                         |   |   |   |               | ● |   |   |   | ● |                         | ○ | ● | ○ |                                                         | ● |   |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |
| GESS304                                         | ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนา<br>ที่ยั่งยืน  | ●                         |   | ○ |   | ●             | ○ |   | ○ | ● |   |                         |   | ● | ● |                                                         |   | ○ |   |   | ● | ○                                                                               |   | ○ |   | ● |
| GESS305                                         | เจ้าส่วนน้อย                              |                           | ● |   |   |               | ● |   | ○ |   |   |                         | ● |   | ○ | ○                                                       |   |   | ● |   | ○ |                                                                                 |   |   |   | ● |
| GESS306                                         | กฎหมายกับการสร้างความเป็น<br>พลเมืองที่ดี | ●                         |   |   |   | ●             |   |   |   |   |   | ●                       |   |   |   |                                                         |   | ● |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |
| กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และ<br>เทคโนโลยี |                                           |                           |   |   |   |               |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |                                                         |   |   |   |   |   |                                                                                 |   |   |   |   |
| GES401                                          | การคิดในยุคดิจิทัล                        |                           | ● |   |   | ●             | ● | ● |   |   |   | ●                       |   | ● | ● |                                                         |   |   |   | ● |   | ●                                                                               |   | ● | ● | ● |
| GES402                                          | โปรแกรมประยุกต์สำนักงาน<br>อัตโนมัติ      |                           | ● |   |   |               |   |   | ● |   |   |                         |   | ● |   |                                                         | ● |   |   |   |   |                                                                                 | ● |   |   |   |
| GES403                                          | ชีวิตยุคใหม่กับสิ่งแวดล้อม                |                           | ● |   |   | ●             |   |   |   |   |   | ●                       |   |   |   |                                                         |   | ● |   |   |   |                                                                                 |   | ● |   |   |
| GES404                                          | สุขภาพทันยุค                              |                           | ● |   |   | ●             | ● |   |   |   |   |                         |   | ● |   |                                                         |   |   | ● |   |   |                                                                                 | ● |   |   |   |
| GES405                                          | นักค้นคว้าข้อมูล                          |                           |   |   | ● |               |   | ● |   | ● | ● |                         |   | ● |   |                                                         | ● |   |   |   |   |                                                                                 | ● |   | ● | ● |
| GES406                                          | รู้ทันโลก                                 |                           | ● |   |   | ●             |   |   |   |   |   |                         |   | ● | ● |                                                         |   |   |   |   | ● |                                                                                 |   | ● |   |   |
| GES407                                          | นวัตกรรมการเกษตร                          |                           | ● |   |   |               | ● | ● |   |   |   |                         | ● |   | ● |                                                         |   | ● |   |   |   |                                                                                 |   |   |   | ● |
| GES408                                          | การจัดการธุรกิจออนไลน์                    |                           |   | ● |   |               |   | ● |   |   | ● |                         | ○ |   | ● |                                                         |   |   | ● |   |   |                                                                                 | ● |   |   |   |

### 3.2 ผลการเรียนรู้หมวดวิชาเฉพาะ ในตารางมีความหมาย ดังนี้

#### 3.2.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) มีความซื่อสัตย์สุจริต รับผิดชอบต่อตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม เสียสละ ไม่เอาเปรียบผู้อื่น
- (2) มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กร และสังคม
- (3) มีความรู้ความเข้าใจในหลักคุณธรรม จริยธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ และจรรยาบรรณวิชาชีพ
- (4) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิตโดยยึดหลักแนวคิด พอประมาณ ความเป็นเหตุเป็นผล และสร้างภูมิคุ้มกัน

#### 3.2.2 ด้านความรู้

- (1) มีความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับหลักการ ทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาที่ศึกษา
- (2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ และศาสตร์ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์
- (3) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน
- (4) มีความรู้ความเข้าใจ สามารถบูรณาการศาสตร์ที่ศึกษากับศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องได้

#### 3.2.3 ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูลจากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งาน ตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ
- (2) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษา และประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไป
- (3) สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์

#### 3.2.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) มีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น สามารถแสดงภาวะผู้นำหรือภาวะผู้ตามในการเป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และสามารถปรับตัวในการเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้
- (2) สามารถแสดงความคิดริเริ่มและเห็นต่างอย่างสร้างสรรค์ ที่เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาของกลุ่มและทีม
- (3) มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาตนเองและอาชีพ

#### 3.2.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ และสถิติ มาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจธุรกิจ และชีวิตประจำวัน
- (2) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูดการเขียนและการนำเสนอได้อย่างเหมาะสมทั้งที่เป็นข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น
- (3) สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการบริหารธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

| รายวิชา                                                   | 1. คุณธรรม จริยธรรม |   |   |   | 2. ความรู้ |   |   |   | 3. ทักษะทาง<br>ปัญญา |   |   | 4. ทักษะ<br>ความสัมพันธ์ระหว่าง<br>บุคคลและความ<br>รับผิดชอบ |   |   | 5. ทักษะในการวิเคราะห์<br>และการสื่อสาร |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------|---------------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------------------|---|---|--------------------------------------------------------------|---|---|-----------------------------------------|---|---|---|
|                                                           | 1                   | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1                    | 2 | 3 | 1                                                            | 2 | 3 | 1                                       | 2 | 3 | 4 |
| หมวดวิชาเฉพาะด้าน                                         |                     |   |   |   |            |   |   |   |                      |   |   |                                                              |   |   |                                         |   |   |   |
| กลุ่มวิชาแกน                                              |                     |   |   |   |            |   |   |   |                      |   |   |                                                              |   |   |                                         |   |   |   |
| 3501204 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ                             |                     | ● |   |   | ●          | ○ |   |   | ●                    | ○ |   | ●                                                            | ○ |   |                                         | ● | ○ | ● |
| 3502207 กฎหมายธุรกิจ                                      |                     | ● |   |   | ●          |   |   |   | ●                    |   |   |                                                              | ● |   |                                         | ● |   |   |
| 3541103 หลักการตลาด                                       | ●                   | ● |   |   | ●          | ○ |   |   | ●                    | ● |   |                                                              | ● |   |                                         | ● |   | ● |
| 3561103 ผู้ประกอบการกับการจัดการสมัยใหม่                  | ○                   | ○ | ● |   | ●          | ● | ○ |   | ○                    | ● | ● | ○                                                            | ● | ● | ●                                       | ○ | ○ |   |
| 3563104 การบริหารการผลิตและการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ | ●                   |   |   |   | ●          |   |   |   |                      |   | ● |                                                              |   |   | ●                                       |   |   |   |
| 3601001 การจัดการทรัพยากรมนุษย์                           |                     | ● | ○ |   |            |   | ● |   | ●                    | ○ |   | ●                                                            |   |   |                                         | ● |   |   |
| 3612201 โปรแกรมคอมพิวเตอร์ธุรกิจ                          | ●                   |   |   |   | ●          |   |   | ● | ●                    |   |   |                                                              |   | ● |                                         |   | ● |   |
| 3631112 เศรษฐศาสตร์เพื่อธุรกิจ                            | ●                   |   | ○ | ● | ●          |   | ○ |   | ●                    |   | ○ | ●                                                            |   |   | ●                                       |   |   |   |
| 3632302 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ                    | ●                   | ○ |   |   | ●          | ○ |   |   |                      |   | ○ |                                                              | ○ |   | ●                                       | ○ |   |   |
| 3641113 การบัญชีธุรกิจ                                    |                     |   | ● |   | ●          |   |   |   | ●                    |   |   | ●                                                            |   |   |                                         | ○ |   |   |
| 3641114 การเงินธุรกิจ                                     | ○                   |   | ● |   | ●          | ○ | ○ |   | ○                    |   | ● |                                                              | ○ |   | ●                                       | ○ |   |   |

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

| รายวิชา                                          | 1. คุณธรรม จริยธรรม |   |   |   | 2. ความรู้ |   |   |   | 3. ทักษะทาง<br>ปัญญา |   |   | 4. ทักษะ<br>ความสัมพันธ์ระหว่าง<br>บุคคลและความ<br>รับผิดชอบ |   |   | 5. ทักษะในการวิเคราะห์<br>และการสื่อสาร |   |   |   |
|--------------------------------------------------|---------------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------------------|---|---|--------------------------------------------------------------|---|---|-----------------------------------------|---|---|---|
|                                                  | 1                   | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1                    | 2 | 3 | 1                                                            | 2 | 3 | 1                                       | 2 | 3 | 4 |
| 2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน                           |                     |   |   |   |            |   |   |   |                      |   |   |                                                              |   |   |                                         |   |   |   |
| บังคับเรียน                                      |                     |   |   |   |            |   |   |   |                      |   |   |                                                              |   |   |                                         |   |   |   |
| 3542109 พฤติกรรมผู้บริโภค                        | ●                   | ● |   |   | ●          | ○ | ● |   | ●                    |   |   | ●                                                            |   |   |                                         | ● |   |   |
| 3542110 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา                   | ●                   | ● |   |   | ●          |   |   | ● | ●                    | ○ |   | ●                                                            | ● |   | ●                                       | ● |   |   |
| 3542312 การจัดการช่องทางการตลาดและ<br>โลจิสติกส์ | ○                   | ● |   |   | ●          |   |   |   | ○                    | ● |   | ●                                                            |   |   |                                         | ● |   |   |
| 3543107 การวางแผนการตลาด                         | ○                   | ● | ● |   |            | ○ | ● | ● |                      | ● | ● | ●                                                            | ● |   | ○                                       | ● | ● |   |
| 3543115 การตลาดดิจิทัล                           | ●                   | ● | ○ |   | ●          |   |   |   |                      | ○ | ● |                                                              | ● | ● |                                         | ○ | ● |   |
| 3543116 การตลาดผู้ประกอบการท้องถิ่น              |                     | ● |   | ● |            | ○ | ● |   |                      | ○ | ● |                                                              | ● |   |                                         | ○ | ● |   |
| 3543117 การตลาดโลก                               |                     | ● | ● |   |            | ○ | ● |   | ○                    | ● |   | ○                                                            | ● |   | ○                                       |   |   | ● |
| 3543122 นวัตกรรมการตลาด                          | ●                   | ● |   |   |            | ○ | ● |   |                      | ○ | ● | ○                                                            | ● |   |                                         | ○ | ● |   |
| 3543306 การบริหารงานขาย                          |                     | ● | ● |   | ○          | ● |   |   |                      | ○ | ● | ○                                                            | ● |   |                                         | ● |   |   |
| 3543408 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ             | ●                   | ● |   |   | ○          |   | ● |   |                      | ● | ● | ○                                                            | ● |   |                                         |   | ● |   |
| 3543603 การวิจัยตลาด                             | ●                   | ● | ○ |   |            |   | ● |   | ●                    | ● |   | ●                                                            |   |   | ●                                       |   | ● |   |
| 3544603 โครงการงานทางการตลาด                     |                     | ● |   | ● |            | ○ | ● | ● |                      | ○ | ● | ○                                                            | ● |   |                                         | ○ | ● |   |

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

| รายวิชา                                  | 1. คุณธรรม จริยธรรม |   |   |   | 2. ความรู้ |   |   |   | 3. ทักษะทาง<br>ปัญญา |   |   | 4. ทักษะ<br>ความสัมพันธ์<br>ระหว่างบุคคลและ<br>ความรับผิดชอบ |   |   | 5. ทักษะในการวิเคราะห์<br>และการสื่อสาร |   |   |   |
|------------------------------------------|---------------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------------------|---|---|--------------------------------------------------------------|---|---|-----------------------------------------|---|---|---|
|                                          | 1                   | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1                    | 2 | 3 | 1                                                            | 2 | 3 | 1                                       | 2 | 3 | 4 |
| เลือกเรียน                               |                     |   |   |   |            |   |   |   |                      |   |   |                                                              |   |   |                                         |   |   |   |
| 3543108 กลยุทธ์การตลาด                   |                     | ● |   |   | ●          |   |   |   | ○                    | ○ | ● |                                                              | ● |   | ●                                       |   |   |   |
| 3543109 การตลาดบริการ                    | ○                   | ● | ● |   | ●          |   | ● |   | ○                    | ● | ● | ○                                                            | ● | ● | ○                                       | ● | ● |   |
| 3543111 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม  | ●                   | ● |   | ○ | ●          |   |   |   |                      | ○ | ● |                                                              | ● | ○ |                                         | ○ | ● |   |
| 3543118 การตลาดสินค้าเกษตร               | ○                   | ● | ● |   |            |   | ○ | ● |                      | ○ | ● |                                                              | ● | ● |                                         | ○ | ● |   |
| 3543119 การตลาดชายแดน                    | ●                   | ● |   |   | ●          |   |   | ● | ○                    | ● |   | ●                                                            |   |   | ●                                       | ○ |   |   |
| 3543120 การจัดการตราสินค้า               | ○                   | ● | ● |   | ●          | ○ | ● |   | ○                    | ● | ● | ○                                                            | ● |   | ○                                       | ○ | ● | ● |
| 3543121 การตลาดทางตรง                    | ○                   | ● | ● |   | ○          | ● |   |   | ○                    | ● |   |                                                              | ● |   |                                         | ○ | ● |   |
| 3543307 การจัดซื้อ                       | ○                   | ● | ● |   | ●          | ○ | ● |   | ○                    | ● |   |                                                              | ○ | ● | ○                                       | ● | ● |   |
| 3543308 การจัดการค้าปลีกและจัดแสดงสินค้า |                     | ● |   |   |            | ○ | ● |   |                      | ● | ● | ○                                                            | ● | ○ |                                         | ○ | ● |   |
| 3543407 การโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ          |                     | ● | ● |   | ○          | ● |   |   | ○                    | ● | ● |                                                              | ○ | ● |                                         |   | ● |   |
| 3543409 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์          | ●                   | ● |   |   | ●          |   |   |   | ●                    |   |   | ●                                                            |   |   |                                         | ○ | ● |   |
| 3543501 การพยากรณ์ทางการตลาด             |                     | ● |   |   | ○          | ● |   |   |                      | ● | ● | ○                                                            | ● |   | ●                                       |   |   |   |
| 3543502 ระบบสารสนเทศทางการตลาด           |                     | ● | ● |   | ○          |   | ● |   |                      |   | ● | ○                                                            | ● |   | ○                                       |   | ● |   |
| 3543503 โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด       |                     | ● | ● |   | ●          |   |   | ● |                      | ● | ● |                                                              | ○ | ● |                                         | ● | ● |   |
| 3544605 สัมมนาการตลาด                    | ○                   | ● | ● |   |            |   | ○ | ● |                      | ○ | ● |                                                              |   | ● |                                         | ● |   |   |
| 3544606 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด       | ●                   | ● |   |   | ●          |   |   |   | ○                    | ● |   |                                                              |   | ● |                                         | ○ |   | ● |
| 3544607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด        | ○                   | ● | ● |   | ○          |   |   | ● | ○                    |   | ● | ●                                                            | ● |   | ●                                       | ○ |   |   |

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

- ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

| รายวิชา                                          | 1. คุณธรรม จริยธรรม |   |   |   | 2. ความรู้ |   |   |   | 3. ทักษะทางปัญญา |   |   | 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ |   |   | 5. ทักษะในการวิเคราะห์และการสื่อสาร |   |   |   |
|--------------------------------------------------|---------------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------------|---|---|--------------------------------------------------|---|---|-------------------------------------|---|---|---|
|                                                  | 1                   | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1                | 2 | 3 | 1                                                | 2 | 3 | 1                                   | 2 | 3 | 4 |
| 2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ   |                     |   |   |   |            |   |   |   |                  |   |   |                                                  |   |   |                                     |   |   |   |
| 2.3.1 กลุ่มฝึกประสบการณ์วิชาชีพ                  |                     |   |   |   |            |   |   |   |                  |   |   |                                                  |   |   |                                     |   |   |   |
| 3544703 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด | ○                   | ● | ● |   | ○          |   | ● |   | ○                | ● |   | ●                                                |   | ● |                                     | ● | ○ |   |
| 3544704 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด       | ○                   | ● | ● |   | ○          |   | ● |   | ○                | ● |   | ●                                                |   | ● |                                     | ● | ○ |   |
| 2.3.2 กลุ่มสหกิจศึกษา                            |                     |   |   |   |            |   |   |   |                  |   |   |                                                  |   |   |                                     |   |   |   |
| 7204701 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาด้านการตลาด  | ○                   | ● | ● |   | ○          |   |   | ● | ○                | ○ | ● | ●                                                |   | ● |                                     | ● | ○ |   |
| 7204702 สหกิจศึกษาด้านการตลาด                    | ○                   | ● | ● |   | ○          |   |   | ● | ○                | ○ | ● | ●                                                |   | ● | ○                                   | ● | ○ |   |

#### 4. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา (โดยเฉพาะหลักสูตรที่เริ่มดำเนินการในปี 2561 เป็นต้นไป)

| ปีที่ | ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | 1. ทักษะทางเทคโนโลยี โปรแกรมสำเร็จรูปพื้นฐาน Microsoft Office<br>2. ทักษะด้านภาษา พื้นฐานภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน การสื่อสารภาษาไทย<br>3. ทักษะด้านบุคลิกภาพ การปรับตัวในการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย<br>4. ทักษะความคิด ความรู้พื้นฐานด้านการทำธุรกิจ                                                                                                                        |
| 2     | 1. ทักษะทางเทคโนโลยี ประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการทำรายงานเชิงธุรกิจ<br>2. ทักษะด้านภาษา ฝึกการนำเสนอทางธุรกิจโดยใช้ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ โดยผ่านรายวิชาและโครงการ<br>3. ทักษะด้านบุคลิกภาพ การทำงานร่วมกับผู้อื่นและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ<br>4. ทักษะความคิด หน้าที่ความรับผิดชอบสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ ฝึกการคิดวิเคราะห์ คิดเชิงระบบ ระบบโดยผ่านรายวิชาและโครงการ |
| 3     | 1. ทักษะทางเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์ผลงานทางการตลาด<br>2. ทักษะด้านภาษา ฝึกทักษะด้านการขายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษและภาษาที่ 3<br>3. ทักษะด้านบุคลิกภาพ บุคลิกภาพนักขาย<br>4. ทักษะความคิด คิดสร้างสรรค์เพื่อทำแผนการตลาด                                                                                                                                   |
| 4     | 1. ทักษะทางเทคโนโลยี ออกแบบสื่อ ชิ้นงานและเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจ<br>2. ทักษะด้านภาษา ทักษะภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาดและภาษาที่ 3<br>3. ทักษะด้านบุคลิกภาพ บุคลิกภาพของนักการตลาด/ผู้ประกอบการ<br>4. ทักษะความคิด ฝึกการเป็นผู้ประกอบการผ่านการทำโครงการ                                                                                                   |

#### หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

##### 1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน

การประเมินผลการศึกษาในรายวิชาต่าง ๆ ของนักศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2560 ที่แบ่งการประเมินผลการศึกษาออกเป็น 2 ระบบ ดังนี้

##### 1.1 ระบบค่าระดับคะแนน เป็น 8 ระดับ

| ระดับคะแนน | ความหมาย             | ค่าระดับคะแนน |
|------------|----------------------|---------------|
| A          | ดีเยี่ยม (Excellent) | 4.0           |
| B+         | ดีมาก (Very Good)    | 3.5           |
| B          | ดี (Good)            | 3.0           |
| C+         | ดีพอใช้ (Fair Good)  | 2.5           |
| C          | พอใช้ (Fair)         | 2.0           |
| D+         | อ่อน (Poor)          | 1.5           |
| D          | อ่อนมาก (Very Poor)  | 1.0           |

E

ตก

(Fail)

0.0

ระบบนี้ใช้สำหรับการประเมินผลรายวิชาที่เรียนตามหลักสูตร ระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ต้องไม่ต่ำกว่า “D” ถ้านักศึกษาได้ระดับคะแนนในรายวิชาใดต่ำกว่า “D” ต้องลงทะเบียนใหม่จนกว่าสอบได้ กรณีวิชาเลือกถ้าได้ระดับคะแนนต่ำกว่า “D” สามารถเปลี่ยนไปเลือกรายวิชาอื่นได้

ส่วนการประเมินผลรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

ถ้าได้ระดับคะแนนต่ำกว่า “C” ถือว่าสอบตก นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนใหม่ ถ้าได้รับการประเมินต่ำกว่า “C” เป็นครั้งที่สอง ถือว่าพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

## 1.2 ระบบไม่มีค่าระดับคะแนน กำหนดสัญลักษณ์การประเมินผลดังนี้

ระดับการประเมิน

ผลการศึกษา

P (Pass)

ผ่าน

F (Fail)

ไม่ผ่าน

ระบบคะแนนสำหรับการประเมินผลรายวิชาที่หลักสูตรบังคับให้เรียนเพิ่มตามข้อกำหนดเฉพาะ และรายวิชาที่สภามหาวิทยาลัยกำหนดให้เรียนเพิ่ม

รายวิชาที่ได้ผลประเมิน “F” นักศึกษาต้องลงทะเบียนใหม่ จนกว่าจะสอบได้

## 2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

### 2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ขณะนักศึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

2.1.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรประเมินความสอดคล้องของข้อสอบกับมาตรฐานการเรียนรู้ในแต่ละรายวิชาที่กำหนด

2.1.2 จัดตั้งกรรมการทวนสอบ เพื่อตรวจสอบการผลการเรียนในแต่ละรายวิชา

2.1.3 การประเมินผลรายวิชาให้ผ่านที่ประชุมของคณะกรรมการวิชาการของคณะ

### 2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

2.2.1 ทบทวนเนื้อหาวิชาทุกปีการศึกษา โดยพิจารณาร่วมกับอาจารย์ผู้สอนรายวิชาอื่นที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกัน เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน หรือให้เกิดความสัมพันธ์และต่อเนื่องแล้วแต่กรณี

2.2.2 สรรวจการดำเนินงานทำของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตแต่ละรุ่นที่จบการศึกษาในด้านของระยะเวลาในการหางานทำ ความเห็นต่อความรู้ความสามารถ ความมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบการทำงานอาชีพ

2.2.3 การตรวจสอบจากผู้ประกอบการ โดยการขอเข้าสัมภาษณ์หรือการส่งแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจในบัณฑิตที่จบการศึกษา และเข้าทำงานในสถานประกอบการนั้น ๆ

## 3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

ใช้เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาโดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ต้องเรียนครบตามจำนวนหน่วยกิตที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

3.2 มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตร ไม่ต่ำกว่า 2.00

3.3 ใช้เวลาศึกษาไม่เกิน 2 เท่าของระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

3.4 ไม่มีพันธะด้านหนี้สินใด ๆ กับมหาวิทยาลัย

3.5 ต้องสอบผ่านเกณฑ์การประเมินผลความรู้และทักษะตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

3.6 ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี



พ.ศ. 2560

## หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์

### 1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

1.1 แต่งตั้งอาจารย์พี่เลี้ยง เพื่อทำหน้าที่ให้คำแนะนำ กำกับ ดูแล เกี่ยวกับการวางแผนการดำเนินงานและการบริหารจัดการหลักสูตรการเรียนการสอนในด้านต่าง ๆ ตลอดจนการดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพระดับหลักสูตร เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ นโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

1.2 การมอบหมายให้อาจารย์ใหม่ศึกษาค้นคว้า จัดทำเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสอนในหัวข้อหนึ่งหรือหลายหัวข้อที่อาจารย์ใหม่มีความรู้ ความชำนาญ เพื่อทดลองทำการสอน ภายใต้คำแนะนำของอาจารย์พี่เลี้ยงหรือประธานหลักสูตร

### 2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่คณาจารย์

#### 2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

2.1.1 ส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ สร้างเสริมประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการสอนและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านการทำวิจัยในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง การสนับสนุนด้านการศึกษาต่อการฝึกอบรม ศึกษาดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ การลาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

2.1.2 การเพิ่มพูนทักษะการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลให้ทันสมัย

#### 2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

2.2.1 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรมจริยธรรม

2.2.2 มีการกระตุ้นอาจารย์ ทำผลงานทางวิชาการในสาขาการตลาดหรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

2.2.3 ส่งเสริมการทำวิจัย สร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชา

2.2.4 จัดสรรงบประมาณสำหรับการทำวิจัย

2.2.5 ส่งเสริมให้อาจารย์ทุกคนเข้าร่วมกลุ่มวิจัยต่าง ๆ

2.2.6 จัดให้อาจารย์เข้าร่วมกิจกรรมบริการวิชาการต่าง ๆ

## หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

การประเมินคุณภาพหลักสูตร เป็นกระบวนการจัดการศึกษาให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานระดับอุดมศึกษาและเกณฑ์มาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การกำกับมาตรฐานหลักสูตร บัณฑิต นักศึกษา อาจารย์ หลักสูตร กระบวนการเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ โดยมีคณะกรรมการประจำหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบโดยดำเนินการตามระบบประกันคุณภาพ ดังนี้

### 1. การกำกับมาตรฐานหลักสูตร

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้                                | แนวทางการปฏิบัติ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ผลที่คาดหวัง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การบริหารจัดการหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.กำกับควบคุมจำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร จะต้องไม่น้อยกว่า 5 คน และเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตรไม่ได้ และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้น</li> <li>2.กำกับควบคุมคุณวุฒิอาจารย์ประจำหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์คือ มีคุณวุฒิระดับปริญญาโท ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์อย่างน้อย 2 คน</li> <li>3.ส่งเสริมติดตามให้อาจารย์ประจำหลักสูตรมีผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลังไม่น้อยกว่า 1 เรื่อง</li> <li>4.ปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.หลักสูตรมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่ทำหน้าที่ในการบริหารหลักสูตรจัดการเรียนการสอน โดยการวางแผนติดตาม ทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร และปฏิบัติงานประจำหลักสูตรนั้นตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรนั้นไม่น้อยกว่า 5 คน</li> <li>2.หลักสูตรมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาโท หรือดำรงตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ในสาขาที่ตรงหรือสัมพันธ์ทั้ง 5 คน</li> <li>3.อาจารย์ประจำหลักสูตรมีผลงานทางวิชาการในรอบ 5 ปีย้อนหลังไม่น้อยกว่า 1 เรื่อง</li> <li>4. หลักสูตรมีการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยตามสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจุบัน</li> </ol> |

### 2. บัณฑิต

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้                                     | แนวทางการปฏิบัติ                                                                                                                                 | ผลที่คาดหวัง                                                                          |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.1 คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา | ประเมินคุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติที่ระบุไว้ใน มคอ.2 ตามผลการเรียนรู้ทั้ง 5 ด้านโดยประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้บัณฑิต | มีผลประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตของหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 |

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้                        | แนวทางการปฏิบัติ                                                                            | ผลที่คาดหวัง                                                     |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 2.2 การดำเนินงานทำของผู้สำเร็จการศึกษา | สำรวจเก็บข้อมูลการมีงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระของบัณฑิตภายใน 1 ปี นับจากวันที่สำเร็จการศึกษา | บัณฑิตมีงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 |

### 3. นักศึกษา

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้                                 | แนวทางการปฏิบัติ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ผลที่คาดหวัง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.1 การรับนักศึกษาและการเตรียมความพร้อมนักศึกษา | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประชุมหลักสูตรเพื่อวางแผนการรับนักศึกษาและกำหนดคุณสมบัติผู้เข้าศึกษา</li> <li>2. หลักสูตรกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกนักศึกษา</li> <li>3. หลักสูตรร่วมกับคณะและมหาวิทยาลัยดำเนินการรับนักศึกษา</li> <li>4. จัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนานักศึกษาให้มีความพร้อมทางการเรียน</li> <li>5. หลักสูตรประเมินระบบกลไกการรับนักศึกษาและการเตรียมความพร้อมเพื่อปรับปรุงพัฒนา</li> </ol>                                                                                                                                                                     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. รับนักศึกษาที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของหลักสูตร</li> <li>2. ได้รับนักศึกษาที่มีความพร้อมในการเรียนรู้</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 3.2 การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา                 | <p><u>ระบบการดูแลให้คำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. หลักสูตรมีระบบกลไกการดูแลนักศึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษา</li> <li>2. หลักสูตรมีการติดตาม ควบคุมการดูแลการให้คำปรึกษาทางวิชาการและแนะแนวแก่นักศึกษา</li> <li>3. หลักสูตรประชุมประเมินกระบวนการในการคัดเลือกอาจารย์ที่ปรึกษาของหลักสูตรและการให้คำปรึกษาวิชาการและแนะแนวชีวิต</li> </ol> <p><u>การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. หลักสูตรประชุมวางแผนกำหนดทักษะของนักศึกษาแต่ละชั้นปีเพื่อให้นักศึกษามี</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. อัตราการคงอยู่ของนักศึกษาสูงขึ้น</li> <li>2. นักศึกษาสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามแผนการศึกษาของหลักสูตร</li> <li>3. จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนรับนักศึกษา</li> <li>4. มีผลความพึงพอใจของนักศึกษาต่อระบบการดูแลและให้คำปรึกษาไม่น้อยกว่า 4.00</li> </ol><br><ol style="list-style-type: none"> <li>1. นักศึกษามีทักษะชีวิตและมีทักษะที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพในอนาคต</li> </ol> |

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้ | แนวทางการปฏิบัติ                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ผลที่คาดหวัง                                    |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
|                 | <p>คุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร.</p> <p>2.หลักสูตรจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะนักศึกษาในแต่ละชั้นปี โดยจัดทำเสนอของบประมาณจากมหาวิทยาลัย</p> <p>3.หลักสูตรติดตามและประเมินกระบวนการของการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะของนักศึกษา</p> <p>4.หลักสูตรนำผลการประเมินมาปรับปรุงกระบวนการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษา</p> | 2.นักศึกษามีคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร |

#### 4. อาจารย์

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้              | แนวทางการปฏิบัติ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ผลที่คาดหวัง                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.1 การบริหารและพัฒนาอาจารย์ | <p><u>ระบบการรับและแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตรและระบบการบริหารอาจารย์</u></p> <p>1.หลักสูตรมีระบบและกลไกในการรับและการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> <p>2.หลักสูตรต้องจัดทำแผนอัตรากำลังอาจารย์และแผนพัฒนาตนเองของอาจารย์</p> <p>3.หลักสูตรประเมินกระบวนการการรับและการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> <p>4.หลักสูตรนำผลการประเมินปรับปรุงพัฒนากระบวนการรับและการแต่งตั้งอาจารย์ประจำหลักสูตร</p> | <p>1.หลักสูตรมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีความเหมาะสมทางด้านคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการ</p> <p>2.หลักสูตรมีอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรครบ 5 คนตามระยะเวลาที่จัดการศึกษาตามหลักสูตร</p> <p>3.มีผลความพึงพอใจของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรไม่น้อยกว่า 4.00</p> |
|                              | <p><u>ระบบการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์</u></p> <p>1.หลักสูตรทำแผนพัฒนาตนเองของอาจารย์ทั้งด้านคุณวุฒิ การขอตำแหน่งทางวิชาการ ศาสตร์ที่สอน การวิจัย การจัดการเรียนรู้</p> <p>2. หลักสูตรมีระบบกลไกการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์</p> <p>3. หลักสูตรติดตามการพัฒนาตนเองของอาจารย์ให้เป็นไปตามแผนพัฒนาตนเองและติดตามการรายงานผลการพัฒนาตนเองของอาจารย์</p>                                                      | <p>1.อาจารย์ประจำหลักสูตรมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง</p> <p>2.หลักสูตรมีอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีความเหมาะสมทางด้านคุณวุฒิและตำแหน่งวิชาการ</p> <p>3.อาจารย์ประจำหลักสูตรมีผลงานทางวิชาการ</p>                                                                   |

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้ | แนวทางการปฏิบัติ                                                                                                             | ผลที่คาดหวัง |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
|                 | 4. หลักสูตรประเมินกระบวนการการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์<br>5. หลักสูตรนำผลการประเมินมาปรับปรุงกระบวนการส่งเสริมและพัฒนาอาจารย์ |              |

### 5. หลักสูตร การเรียนการสอน และการประเมินผู้เรียน

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้                                   | แนวทางการปฏิบัติ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ผลที่คาดหวัง                                                                                           |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.1 สารของรายวิชาในหลักสูตร                       | 1.หลักสูตรตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาของหลักสูตร<br>2.หลักสูตรศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงหลักสูตรจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ นักศึกษา บัณฑิต ผู้ใช้บัณฑิตและนักวิชาการ<br>3.ศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นและส่งผลกระทบต่อการทำงานเพื่อนำมาพิจารณาในการวางแผนปรับปรุงหลักสูตร<br>4.หลักสูตรนำผลการประเมินหลักสูตรและรายงานการประเมินตนเองของหลักสูตร (มคอ.7) นำมาพิจารณาในการวางแผนปรับปรุงหลักสูตร<br>5.กำหนดการผลการเรียนรู้ที่คาดหวังให้สอดคล้องกับหลักสูตรและกรอบมาตรฐานการเรียนรู้<br>6.กำหนดโครงสร้างหลักสูตรที่เหมาะสมและทันสมัย<br>7.หลักสูตรประเมินกระบวนการปรับปรุงหลักสูตร<br>8.หลักสูตรนำผลการประเมินมาปรับปรุงกระบวนการปรับปรุงหลักสูตร | 1.มีหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน                                                     |
| 5.2 การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน | 1.หลักสูตรประชุมกำหนดอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในรายวิชา<br>2.หลักสูตรดำเนินการประชุมพิจารณา มคอ.3 เพื่อตรวจสอบการวางแผนการสอน เครื่องมือในการวัดและการประเมินผลทักษะการเรียนรู้ทั้ง 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 1.อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความเชี่ยวชาญรายวิชา<br>2.ผู้เรียนมีคุณภาพตามผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในหลักสูตร |

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้        | แนวทางการปฏิบัติ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ผลที่คาดหวัง                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | <p>ด้านโดยทักษะการเรียนรู้ 5 ด้านต้องสอดคล้องกับ มคอ.2 และการติดตามปรับปรุง มคอ.3 ให้เป็นไปตามแผนการปรับปรุงที่ระบุไว้ใน มคอ.5</p> <p>3.หลักสูตรประชุมติดตาม มคอ.3 โดยพิจารณาว่าอาจารย์ผู้สอนดำเนินการสอนและการวัดผลประเมินผล ให้เป็นไปตามแผนการสอน</p> <p>4.นักศึกษาประเมินอาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาผ่านระบบของมหาวิทยาลัย</p> <p>5.อาจารย์ผู้สอนดำเนินการรายงานผลการสอน มคอ.5</p> <p>6.หลักสูตรดำเนินการทวนสอบผลการสอน มคอ.5</p> <p>7.หลักสูตรประเมินกระบวนการการวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน</p> <p>8.หลักสูตรนำผลการประเมินมาปรับปรุงกระบวนการการวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน</p> |                                                                                                                                                                                                                    |
| 5.3 การประเมินผู้เรียน | <p>1.หลักสูตรดำเนินการพิจารณา มคอ.3 เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการวางแผนการสอน เครื่องมือในการวัดการประเมินทักษะการเรียนรู้ทั้ง 5 ด้าน</p> <p>2.หลักสูตรทวนสอบข้อสอบ</p> <p>3.หลักสูตรพิจารณาการกระจายของผลการเรียน</p> <p>4.ส่งเกรดตามระบบของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน</p> <p>5.นักศึกษาประเมินผู้สอนในประเด็นเครื่องมือการวัดประเมินผล</p> <p>6.หลักสูตรประเมินกระบวนการการประเมินผู้เรียน</p> <p>7.หลักสูตรนำผลการประเมินมาปรับปรุงกระบวนการประเมินผู้เรียน</p>                                                                                                                                         | <p>1.มีการประเมินผลการเรียนรู้ที่น่าเชื่อถือ</p> <p>2.ผลการประเมินผลการเรียนรู้น่าเชื่อถือ</p> <p>3.มีข้อมูลที่ช่วยให้ผู้สอนนำไปพัฒนาปรับปรุงการเรียนการสอน</p> <p>4.มีข้อมูลที่ช่วยในการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร</p> |

## 6. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

| เกณฑ์/ตัวบ่งชี้             | แนวทางการปฏิบัติ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ผลที่คาดหวัง                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.1 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ | 1.หลักสูตรสำรวจความต้องการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้จากอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และนักศึกษา<br>2.หลักสูตรนำผลการสำรวจมาวิเคราะห์ เพื่อจัดลำดับความสำคัญของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่ยังไม่เพียงพอต่อการเรียนการสอน<br>3.จัดทำคุณสมบัติของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้เพื่อของบประมาณ<br>4.ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบราชการ<br>5.หลักสูตรประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้<br>6.หลักสูตรประชุมประเมินกระบวนการจัดซื้อจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้และวิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์<br>7.หลักสูตรนำผลประเมินมาปรับปรุง | 1.มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เพียงพอและพร้อมใช้งาน<br>2.มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่ทันสมัย ทันเทคโนโลยี<br>3.มีผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาและอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ไม่น้อยกว่า 4.00 |

## 7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

เกณฑ์การประเมิน ดังนี้

| ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน                                                                                                                             | ปีการศึกษา |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                     | 2564       | 2565 | 2566 | 2567 | 2568 |
| 1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80 มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อวางแผน ติดตาม และทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร                               | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 2) มีรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ หรือมาตรฐานคุณวุฒิสาชา/สาขาวิชา                                    | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 3) มีรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบมคอ.3 และ มคอ.4 อย่างน้อยก่อนการเปิดสอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุกรายวิชา | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 4) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผลการ                                                                                               | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |

| ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน                                                                                                                                 | ปีการศึกษา |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|------|------|------|
|                                                                                                                                                         | 2564       | 2565 | 2566 | 2567 | 2568 |
| ดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษา ที่เปิดสอน ให้ครบทุกรายวิชา                            |            |      |      |      |      |
| 5) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา                                                                  | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 6) มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ที่กำหนดใน มคอ.3 และ มคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของ รายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 7) มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงาน ที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว            | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 8) อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือคำแนะนำด้าน การจัดการเรียนการสอน                                                                       | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 9) อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/ หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง                                                            | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 10) จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน (ถ้ามี) ได้รับการ พัฒนาวิชาการและ/หรือวิชาชีพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี                                         | ✓          | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 11) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อ คุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0                                       | -          | -    | -    | ✓    | ✓    |
| 12) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ย ไม่น้อยกว่า 3.5 จากคะแนนเต็ม 5.0                                                           | -          | -    | -    | -    | ✓    |



## หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

### 1. การประเมินประสิทธิผลของการสอน

#### 1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

1.1.1 การประชุมทวนสอบผลการเรียนรู้ของรายวิชา โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

1.1.2 การประเมินผลโดยใช้การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนในระหว่างทำการสอน การทำกิจกรรมกลุ่ม การซักถาม และการตอบข้อซักถามในชั้นเรียน

1.1.3 การสอบเก็บคะแนนระหว่างเรียน การสอบกลางภาคเรียน และการสอบปลายภาคเรียน

#### 1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

1.2.1 การประเมินผลการสอนโดยผู้เรียนหลังจากเรียนในรายวิชาต่าง ๆ โดยสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

1.2.2 การประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนในประสิทธิภาพการสอนของผู้สอนในแต่ละภาคการศึกษา หลังจากสิ้นสุดการเรียนโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

### 2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

2.1 การประเมินผลความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย

2.2 การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต สถานประกอบการฝึกงาน/สหกิจ

2.3 การประเมินผลโดยผู้ทรงคุณวุฒิ/นักวิชาการ ในการประกันคุณภาพหลักสูตรทุกปีหลังจากเสร็จสิ้นปีการศึกษานั้น ๆ

### 3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

การประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปี ตามตัวบ่งชี้ในหมวดที่ 7 ข้อ 7 ซึ่งมีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน กลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้ จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่แล้ว โดยคณะกรรมการประเมินคุณภาพภายในที่ได้รับการแต่งตั้ง

### 4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

#### 4.1 การปรับปรุงรายวิชา

ภายหลังจากการสอนในรายวิชานั้นสิ้นสุดในแต่ละภาคเรียน อาจารย์ผู้สอนนำผลการประเมินการสอนของผู้เรียน ความคิดเห็นของอาจารย์ในหลักสูตรมาปรับปรุงกลยุทธ์การสอนในปีถัดไป

#### 4.2 การปรับปรุงหลักสูตร

4.2.1 การนำปัญหาที่พบจากการประเมินหลักสูตรมาประชุม เพื่อสรุปและกำหนดแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของบัณฑิต ผู้ใช้บัณฑิต และผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ

4.2.2 จัดให้มีการปรับปรุงหลักสูตรโดยมีคณะกรรมการหลักสูตร ผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นที่ปรึกษา และให้แนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทุก 5 ปี





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2560





**ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๐**

.....

เพื่อให้การจัดการศึกษาสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีมีความเหมาะสมกับสังคมปัจจุบันและเพื่อความคล่องตัวในการจัดการศึกษามากยิ่งขึ้นภายใต้เกณฑ์มาตรฐานในการจัดการศึกษา

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) และ (๑๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในคราวประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๖๐ วันที่ ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๖๐ มีมติเห็นชอบให้ออกข้อบังคับไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๖๐”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๐ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ข้อบังคับนี้ให้ใช้กับนักศึกษาที่เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๐ เป็นต้นไป

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“คณบดี” หมายความว่า คณบดีหรือผู้บริหารหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
ที่นักศึกษาสังกัด

“นักศึกษา” หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“นักศึกษาภาคปกติ” หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาที่ศึกษา  
เต็มเวลาในวันที่ทำการปกติ

“นักศึกษาภาคพิเศษ” หมายความว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาที่เข้าศึกษา  
ตามโครงการจัดการศึกษาสำหรับบุคลากรประจำการและโครงการอื่นๆ

“สถาบันอุดมศึกษาอื่น” หมายความว่า สถาบันอุดมศึกษาของรัฐหรือเอกชนที่มีคุณภาพ  
และมาตรฐานจัดตั้งถูกต้องตามกฎหมายทั้งในหรือต่างประเทศที่ได้รับรองจากสำนักงานคณะกรรมการ  
การอุดมศึกษาและหรือสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน

“การโอนสถานภาพนักศึกษา” หมายความว่า การขอเปลี่ยนสถานภาพจากนักศึกษา  
ภาคปกติเป็นนักศึกษาภาคพิเศษ

“การศึกษาแบบเรียนครึ่งละรายวิชา” หมายความว่า การศึกษาที่กำหนดให้นักศึกษาเรียน  
ครึ่งละรายวิชาตลอดหลักสูตร

“ภาคการศึกษาปกติ” หมายความว่า ภาคการศึกษาต้น และภาคการศึกษาปลาย

“ภาคฤดูร้อน” หมายความว่า ภาคการศึกษาหลังภาคการศึกษาปลาย



“อาจารย์ที่ปรึกษา” หมายความว่า บุคคลที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งให้ทำหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษาดูแลสนับสนุนทางด้านวิชาการ วิธีการเรียน ควบคุมโปรแกรมการเรียนของนักศึกษา

“คณะกรรมการหลักสูตร” หมายความว่า กรรมการหลักสูตรที่ได้รับการแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัย

“ประธานกรรมการหลักสูตร” หมายความว่า บุคคลที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งให้เป็นประธานกรรมการหลักสูตรในแต่ละหลักสูตรที่แต่ละคณะเปิดการเรียนการสอน

“หน่วยกิต” หมายความว่า หน่วยที่ใช้แสดงถึงปริมาณการศึกษาที่กำหนดไว้ในหลักสูตร

ข้อ ๕ ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และมีอำนาจในการออกประกาศ คำสั่งเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้

ในกรณีที่จะต้องมีการดำเนินการใดๆ ที่มีได้กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้หรือกำหนดไว้ ไม่ชัดเจน หรือในกรณีที่มีความจำเป็นต้องผ่อนผันข้อกำหนด ในข้อบังคับนี้เป็นกรณีพิเศษ เพื่อให้การดำเนินการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเป็นไปโดยเรียบร้อย หรือกรณีมีปัญหาอันเกิดจากการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ให้อธิการบดีมีอำนาจตีความ วินิจฉัยสั่งการตามที่เห็นสมควรและให้ถือเป็นที่สุด

#### หมวด ๑

##### บททั่วไป

ข้อ ๖ ให้มีอาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่ให้คำแนะนำในการลงทะเบียนเรียนของนักศึกษา การเปลี่ยนแปลงรายวิชา การเพิ่มถอนวิชา

ข้อ ๗ ให้มหาวิทยาลัยประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอนอย่างน้อยภาคการศึกษาละ ๑ ครั้ง และให้นำผลการประเมินมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอน

ข้อ ๘ ให้คณะมีหน้าที่วิจัยเพื่อติดตามและประเมินผลการใช้หลักสูตรทุกๆ ๕ ปี

#### หมวด ๒

##### การรับเข้าศึกษา

ข้อ ๙ ผู้มีสิทธิสมัครเข้าเป็นนักศึกษา

๙.๑ คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษา

๙.๑.๑ ไม่เคยเป็นผู้มีความประพฤติเสียหายร้ายแรง

๙.๑.๒ ไม่เป็นคนวิกลจริตและไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคอื่นซึ่งสังคมรังเกียจ

๙.๑.๓ ไม่เคยรับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่ในกรณีที่โทษนั้น

เกิดจากความผิดอันได้กระทำโดยประมาท หรือความผิดอันเป็นลหุโทษ

๙.๑.๔ ไม่เคยถูกคัดชื่อออกจากสถานศึกษาเพราะมีความผิดทางวินัย

๙.๑.๕ มีคุณสมบัติอื่นตามข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยและหรือหลักสูตรสาขาวิชาที่

สมัครเข้าศึกษา

### ๙.๒ คุณสมบัติของผู้สมัคร

ผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) และปริญญาตรี (๕ ปี) ต้องสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ต้องสำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือเทียบเท่า หรือระดับอนุปริญญา (๓ ปี) และเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอนุปริญญา

#### ข้อ ๑๐ การรับเข้าเป็นนักศึกษา

กำหนดการและวิธีการรับเข้าศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

#### ข้อ ๑๑ การขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา

๑๑.๑ ผู้สมัครที่ผ่านการคัดเลือกเป็นนักศึกษาจะมีสถานภาพเป็นนักศึกษาเมื่อได้ขึ้นทะเบียนแล้ว

๑๑.๒ วิธีการขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

### หมวด ๓

#### ระบบการศึกษา

##### ข้อ ๑๒ ระบบการศึกษา

๑๒.๑ การจัดการศึกษาใช้ระบบทวิภาค โดยหนึ่งปีการศึกษาแบ่งออกเป็น ๒ ภาค การศึกษาปกติ หนึ่งภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ มหาวิทยาลัยอาจจัดการศึกษาภาคฤดูร้อนโดยกำหนดระยะเวลาของแต่ละรายวิชาให้มีสัดส่วนเทียบเคียงกันกับภาคการศึกษาปกติ การจัดการศึกษาแบ่งเป็น

๑๒.๑.๑ นักศึกษาภาคปกติให้จัดการเรียนการสอนเป็น ๒ ภาคการศึกษา คือ ภาคการศึกษาต้น และภาคการศึกษาปลาย

๑๒.๑.๒ นักศึกษาภาคพิเศษให้จัดการเรียนการสอนเป็น ๓ ภาคการศึกษา คือ ภาคการศึกษาต้น ภาคการศึกษาปลาย และภาคฤดูร้อน

๑๒.๒ การคิดหน่วยกิต กำหนดให้ ๑ ชั่วโมงใช้เวลาจัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่า ๖๐ นาที มีเกณฑ์ในการกำหนดจำนวนหน่วยกิต ดังนี้

๑๒.๒.๑ รายวิชาภาคทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาในชั้นเรียนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา ให้นับเป็น ๑ หน่วยกิต

๑๒.๒.๒ รายวิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาปฏิบัติหรือทดลองไม่น้อยกว่า ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา ให้นับเป็น ๑ หน่วยกิต

๑๒.๒.๓ รายวิชาการฝึกงานหรือฝึกภาคสนามที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา ให้นับเป็น ๑ หน่วยกิต

๑๒.๓ มหาวิทยาลัยอาจจัดการศึกษาแบบเรียนครั้งละรายวิชาได้โดยการนับภาคการศึกษา กำหนดให้นับจำนวนหน่วยกิตรวมของรายวิชาที่เรียนต่อเนื่องกันตามแผนการเรียนระหว่าง ๑๙ - ๒๒ หน่วยกิตสำหรับนักศึกษาภาคปกติเป็นหนึ่งภาคการศึกษา ยกเว้นในภาคการศึกษาสุดท้ายที่สามารถมีจำนวน



หน่วยกิตน้อยกว่าที่กำหนดได้ ทั้งนี้หลักสูตรที่จัดการศึกษาแบบเรียนครึ่งละรายวิชาจะต้องมีจำนวนชั่วโมงเรียนต่อหน่วยกิต จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร และระยะเวลาการศึกษาที่เมื่อเทียบเคียงกับระบบการศึกษาปกติ และจะต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษา

ข้อ ๑๓ กำหนดวันเปิดและปิดภาคการศึกษาของมหาวิทยาลัยให้ทำเป็นประกาศของมหาวิทยาลัย

#### หมวด ๔

#### การลงทะเบียนเรียน

##### ข้อ ๑๔ การลงทะเบียนเรียน

๑๔.๑ นักศึกษาต้องยืนยันการลงทะเบียนเรียนภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด มิฉะนั้นจะต้องรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา ยกเว้นนักศึกษาใหม่ที่เข้าศึกษาในภาคการศึกษาแรก หากไม่ยืนยันการลงทะเบียนตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดถือว่าสละสิทธิ์การเป็นนักศึกษา

๑๔.๒ นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากพ้นกำหนดให้นักศึกษายื่นเรื่องขอผ่อนผันการลงทะเบียนได้ และต้องรับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัยทั้งนี้ต้องไม่เกิน ๒ สัปดาห์ นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษา

๑๔.๓ นักศึกษาต้องชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากพ้นกำหนดให้นักศึกษายื่นเรื่องขอผ่อนผันการชำระเงินและจะต้องได้รับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัย

๑๔.๔ หลักเกณฑ์ วิธีการลงทะเบียน การชำระเงินและการผ่อนผันการชำระเงิน ค่าธรรมเนียมการศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๑๔.๕ การลงทะเบียนเรียน จะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และเป็นไปตามข้อกำหนดของหลักสูตร

##### ๑๔.๖ จำนวนหน่วยกิตในการลงทะเบียนเรียน

๑๔.๖.๑ นักศึกษาภาคปกติต้องลงทะเบียนเรียนไม่ต่ำกว่า ๙ หน่วยกิต แต่ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิตในภาคการศึกษาปกติ และลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิตในภาคฤดูร้อน ส่วนนักศึกษาภาคพิเศษต้องลงทะเบียนเรียนไม่ต่ำกว่า ๓ หน่วยกิตแต่ไม่เกิน ๙ หน่วยกิตในภาคการศึกษาปกติ และภาคฤดูร้อน นักศึกษาลงทะเบียนเรียนสูงกว่าหรือต่ำกว่าที่กำหนดได้ในกรณีที่จำเป็นหรือจะขอสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษานั้น โดยคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนการลงทะเบียนเรียน ทั้งนี้ให้มหาวิทยาลัยเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ

๑๔.๖.๒ นักศึกษาที่อยู่ในภาวะวิกฤติ (Critical) และภาวะรอพินิจ (Probation) ต้องลงทะเบียนเรียนไม่เกิน ๑๕ หน่วยกิตในภาคการศึกษาปกติ ทั้งนี้ให้อยู่ในดุลยพินิจของอาจารย์ที่ปรึกษาและประธานกรรมการหลักสูตรยกเว้นนักศึกษาภาคพิเศษ ให้ลงทะเบียนเรียนตามข้อ ๑๔.๖.๑

๑๔.๗ นักศึกษาจะต้องตรวจสอบสถานภาพของตนเองก่อนการลงทะเบียนเรียน ทุกครั้ง นักศึกษาที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขตามประกาศของมหาวิทยาลัยจะไม่มีสิทธิ์ลงทะเบียนเรียน

ข้อ ๑๕ การลงทะเบียนเรียนรายวิชาที่มีวิชาบังคับก่อน

นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนและสอบผ่านรายวิชาที่เป็นวิชาบังคับก่อนลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่อง มิฉะนั้นให้ถือว่าลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่องเป็นโมฆะ

ข้อ ๑๖ การขอเพิ่ม ขอลถอน และขอยกเลิกรายวิชา

๑๖.๑ การขอเพิ่มและขอลถอนรายวิชาจะกระทำได้ภายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติและภายใน ๑ สัปดาห์แรกของภาคฤดูร้อน โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ปรึกษา ถ้านักศึกษาขอยกเลิกรายวิชาหลังจากช่วงเวลาดังกล่าวจะได้รับการบันทึกผลการประเมินเป็น W

๑๖.๒ การขอยกเลิกรายวิชาต้องกระทำให้เสร็จสิ้นก่อนสอบปลายภาค ๑ สัปดาห์

๑๖.๓ นักศึกษาที่เข้าศึกษาแบบเรียนครั้งละรายวิชาจะต้องกระทำการเพิ่ม ถอนและยกเลิกรายวิชาให้เสร็จสิ้นภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษา

## หมวด ๕

### ระยะเวลาการศึกษา

ข้อ ๑๗ ระยะเวลาการศึกษา

๑๗.๑ นักศึกษาภาคปกติ

๑๗.๑.๑ หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๖ ภาคการศึกษาปกติ และไม่เกิน ๘ ปีการศึกษา

๑๗.๑.๒ หลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๘ ภาคการศึกษาปกติ ไม่เกิน ๑๐ ปีการศึกษา

๑๗.๑.๓ หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๔ ภาคการศึกษาปกติ ไม่เกิน ๔ ปีการศึกษา

๑๗.๒ นักศึกษาภาคพิเศษ

๑๗.๒.๑ หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๑๔ ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๒ ปีการศึกษา

๑๗.๒.๒ หลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๑๗ ภาคการศึกษาปกติ และใช้เวลาศึกษาไม่เกิน ๑๕ ปีการศึกษา

๑๗.๒.๓ หลักสูตรปริญญาตรี(ต่อเนื่อง) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๘ ภาคการศึกษาปกติและใช้เวลาศึกษา ไม่เกิน ๖ ปีการศึกษา



## หมวด ๖

### การเรียนรู้ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และการสอบ

#### ข้อ ๑๘ การเรียน

นักศึกษาจะต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดของรายวิชานั้น จึงจะมีสิทธิ์เข้าสอบปลายภาค ในกรณีที่นักศึกษามีเวลาเรียนน้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ต้องยื่นคำร้องขอมีสถิต์สอบ พร้อมหลักฐานแสดงเหตุจำเป็นของการขาดเรียนที่สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนภายใน ๑๕ วัน นับตั้งแต่วันที่ยุติของการสอบปลายภาค สำหรับนักศึกษาที่มีเวลาเรียนน้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ให้ได้รับผลการเรียนเป็น E หรือ F

#### ข้อ ๑๙ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

นักศึกษาจะต้องฝึกประสบการณ์วิชาชีพ นักศึกษาจะต้องประพฤติตนตามระเบียบและปฏิบัติงานตามข้อกำหนดทุกประการ หากฝ่าฝืนผู้ควบคุมซึ่งเป็นอาจารย์และบุคลากรในหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพอาจพิจารณาส่งตัวกลับ

#### ข้อ ๒๐ การสอบ

๒๐.๑ การสอบแบ่งเป็น ๓ ประเภท คือการสอบย่อย การสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค โดยให้มีคะแนนสอบปลายภาคตั้งแต่ร้อยละ ๒๐ ถึงร้อยละ ๕๐ ของคะแนนทั้งหมด

๒๐.๒ นักศึกษาที่ไม่ได้เข้าสอบปลายภาคตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดโดยมีเหตุผลความจำเป็นจะต้องยื่นคำร้องขอสอบที่สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน นับจากวันสอบวิชานั้นแต่ไม่เกิน ๗ วัน หลังสอบปลายภาควันสุดท้าย การพิจารณาคำร้องให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้ง หากนักศึกษาไม่ยื่นคำร้องภายในกำหนดหรือคณะกรรมการพิจารณาแล้วไม่อนุญาตให้สอบ ให้ผู้สอนปรับคะแนนสอบปลายภาคเป็นศูนย์และส่งผลการประเมินผลการศึกษาจากคะแนนที่มีภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๒๐.๓ นักศึกษาที่ไม่ได้เข้าสอบกลางภาคตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยมิเหตุผลความจำเป็นจะต้องยื่นคำร้องขอสอบที่คณะที่รายวิชานั้นสังกัด นับตั้งแต่วันสอบรายวิชานั้น หรืออย่างช้าที่สุดภายใน ๑๕ วัน นับตั้งแต่วันที่ยุติของการสอบกลางภาค การพิจารณาคำร้องให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการที่คณะแต่งตั้ง หากนักศึกษาไม่ยื่นคำร้องภายในกำหนด หรือคณะกรรมการพิจารณาแล้วไม่อนุญาตให้สอบ ให้ผู้สอนปรับคะแนนสอบกลางภาคเป็นศูนย์และรอการประเมินผลจากคะแนนสอบปลายภาค

๒๐.๔ นักศึกษาที่กระทำผิดในการสอบกลางภาคและปลายภาค ให้คณะกรรมการที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งพิจารณาโทษนักศึกษาที่กระทำผิดในการสอบแล้วรายงานผลการพิจารณาต่อมหาวิทยาลัย เพื่อดำเนินการลงโทษและแจ้งโทษให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทราบ โดยมีแนวทางการพิจารณาโทษ ดังต่อไปนี้

๒๐.๔.๑ ถ้าเป็นความผิดประเภททุจริต หรือส่อเจตนาทุจริต ให้ลงโทษโดยให้ปรับ E หรือ F ในรายวิชาที่กระทำผิดและหรืออาจพิจารณาสั่งพักการศึกษานักศึกษาผู้นั้นได้ไม่เกิน ๑ ภาคการศึกษา

๒๐.๔.๒ ถ้าเป็นความผิดอย่างอื่นตามที่ระบุไว้ในแนวปฏิบัติในการสอบ ให้ลงโทษตามควรแก่ความผิดนั้น แต่ต้องไม่เกินกว่าระดับโทษต่ำสุดของความผิดประเภททุจริต

๒๐.๔.๓ ถ้านักศึกษากระทำผิดหรือร่วมกระทำผิดอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการสอบให้คณะกรรมการพิจารณาโทษนักศึกษาที่กระทำผิดระเบียบการสอบเป็นผู้พิจารณาเสนอการลงโทษต่อมหาวิทยาลัยตามควรแก่ความผิดนั้น

๒๐.๔.๔ การให้พักการศึกษาของนักศึกษาตามคำสั่งของมหาวิทยาลัยให้เริ่มเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาที่กระทำผิดนั้น ทั้งนี้ให้นับระยะเวลาที่ถูกสั่งพักการศึกษาเข้าเป็นระยะเวลาการศึกษาด้วย

๒๐.๔.๕ นักศึกษาที่ถูกสั่งพักการศึกษาจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพนักศึกษาทุกภาคการศึกษาที่พักการศึกษา

๒๐.๕ ผู้สอนทุกรายวิชาต้องส่งผลการศึกษายภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากไม่ส่งผลการศึกษตามเวลาที่กำหนด โดยปราศจากเหตุอันสมควรให้ถือเป็นความผิดทางวินัยตามประกาศของมหาวิทยาลัย

### หมวด ๗

#### การวัดและประเมินผล

ข้อ ๒๑ ให้มีการประเมินผลการศึกษาในรายวิชาต่างๆ ตามหลักสูตรเป็น ๒ ระบบดังนี้

๒๑.๑ ระบบค่าระดับคะแนน แบ่งเป็น ๘ ระดับ

| ระดับคะแนน | ความหมาย                 | ค่าระดับคะแนน |
|------------|--------------------------|---------------|
| A          | ดีเยี่ยม (Excellent)     | ๔.๐           |
| B+         | ดีมาก (Very Good)        | ๓.๕           |
| B          | ดี (Good)                | ๓.๐           |
| C+         | ค่อนข้างดี (Fairly Good) | ๒.๕           |
| C          | พอใช้ (Fair)             | ๒.๐           |
| D+         | อ่อน (Poor)              | ๑.๕           |
| D          | อ่อนมาก (Very Poor)      | ๑.๐           |
| E          | ตก (Fail)                | ๐.๐           |

๒๑.๒ ระบบไม่มีค่าระดับคะแนนกำหนดสัญลักษณ์การประเมินผลดังนี้  
กรณีรายวิชาที่ลงทะเบียนเพื่อให้ได้หน่วยกิตแต่ไม่คิดคะแนน (Non-Credit)

| ระดับการประเมิน | ผลการศึกษา |
|-----------------|------------|
| P (Pass)        | ผ่าน       |
| F (Fail)        | ไม่ผ่าน    |

กรณีรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนเพื่อร่วมฟัง (Audit) โดยไม่นับหน่วยกิต

| ระดับการประเมิน    | ผลการศึกษา |
|--------------------|------------|
| S (Satisfactory)   | พอใจ       |
| U (Unsatisfactory) | ไม่พอใจ    |



ข้อ ๒๒ สัญลักษณอื่น มีดังนี้

W (Withdraw) ใช้สำหรับการบันทึกรายวิชาที่ได้รับอนุมัติให้ยกเลิกรายวิชานั้น โดยต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นก่อนกำหนดสอบปลายภาคไม่น้อยกว่า ๑ สัปดาห์ และใช้ในกรณีที่นักศึกษาลาพักการศึกษาหรือถูกสั่งให้พักการศึกษาหลังจากลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้นแล้ว

I (Incomplete) การเปลี่ยนระดับคะแนน I ให้ดำเนินการดังนี้

๒๒.๑ กรณีนักศึกษายังทำงานไม่สมบูรณ์ ไม่ติดต่อผู้สอนหรือไม่สามารถส่งงานได้ตามเวลาที่กำหนด ให้ผู้สอนพิจารณาผลงานที่ค้างอยู่เป็นศูนย์ และส่งผลการประเมินผลการศึกษาจากคะแนนที่มีอยู่ให้เสร็จสิ้นภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป

๒๒.๒ กรณีนักศึกษาขาดสอบและมหาวิทยาลัยอนุญาตให้สอบแต่ไม่มาสอบภายในเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด ให้ผู้สอนปรับคะแนนปลายภาคเป็นศูนย์และส่งผลการประเมินผลการศึกษาจากคะแนนที่มีอยู่ให้เสร็จสิ้นภายในสัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป หากพ้นกำหนดให้ดำเนินการตามประกาศของมหาวิทยาลัย

IP (In Progress) ใช้สำหรับการบันทึกการประเมินผลในรายวิชาที่มีการเรียนการสอนต่อเนื่องอยู่และยังไม่สามารถประเมินผลในภาคการศึกษาที่ลงทะเบียนทั้งนี้ให้ใช้เฉพาะบางรายวิชาที่มหาวิทยาลัยกำหนด นักศึกษาที่ได้รับผลการประเมินเป็น IP จะต้องติดต่อผู้สอนเพื่อดำเนินการขอรับการประเมินผลเพื่อเปลี่ยนระดับคะแนน หากนักศึกษาไม่มาติดต่อภายในเวลาที่กำหนด ให้ผู้สอนพิจารณาผลงานที่ค้างอยู่เป็นศูนย์ และส่งผลการประเมินผลการศึกษาจากคะแนนที่มีอยู่ให้เสร็จสิ้นในภาคการศึกษาถัดไป

๒๒.๓ นักศึกษาที่ได้รับผลการเรียนเป็น I ในภาคการศึกษาสุดท้ายและดำเนินการแก้ I ในภาคการศึกษาถัดไป ต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๒๓ รายวิชาที่ได้รับการยกเว้นการศึกษาให้ได้รับผลการประเมินเป็น P

ข้อ ๒๔ นักศึกษาที่เข้าศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จะลงทะเบียนเรียนรายวิชาซ้ำกับรายวิชาที่ศึกษามาแล้วในระดับอนุปริญญาไม่ได้ หากลงทะเบียนซ้ำให้ยกเว้นการนับหน่วยกิตเพื่อพิจารณารายวิชาเรียนครบตามหลักสูตรที่กำลังศึกษาอยู่ เว้นแต่เป็นรายวิชาที่เคยสอบได้มาแล้วในระดับอนุปริญญาเกิน ๕ ปี นับตั้งแต่วันที่สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาถึงวันเข้าศึกษา

ข้อ ๒๕ การคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ย

๒๕.๑ ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยประจำภาคและค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมให้คิดเป็นทศนิยม ๒ ตำแหน่งโดยไม่ปัดเศษ สำหรับรายวิชาที่ยังมีผลการเรียนเป็น I ไม่นำหน่วยกิตมารวมเป็นตัวหารเฉลี่ย

๒๕.๒ กรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนรายวิชาซ้ำกับรายวิชาที่สอบได้ค่าระดับคะแนนต่ำกว่า C มากกว่าหนึ่งครั้งให้นับเฉพาะจำนวนหน่วยกิตครั้งสุดท้ายเท่านั้น และนำมาคำนวณค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

ยกเว้น การประเมินผลการเรียนรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพและรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ถ้าได้ระดับคะแนนคะแนนต่ำกว่า “C” ถือว่าสอบตก นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนใหม่ ถ้าได้รับการประเมินผลต่ำกว่า “C” เป็นครั้งที่สอง ให้พ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

### หมวด ๘

การรับโอนนักศึกษาสถาบันอื่น การย้ายสาขาวิชา การขอโอนผลการเรียน การยกเว้นการเรียนรายวิชาและ  
การโอนสถานภาพนักศึกษา

ข้อ ๒๖ การรับโอนนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น

๒๖.๑ มหาวิทยาลัยอาจจํารับโอนนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นในประเทศหรือต่างประเทศ การรับโอนจะกระทำได้อีกต่อเมื่อสาขาวิชาและคณะที่ขอเข้าศึกษาสามารถรับได้ โดยจะต้องได้รับการอนุมัติจากคณบดี ตามความเห็นชอบจากคณะกรรมการหลักสูตรและคณะกรรมการบริหารคณะ

๒๖.๒ นักศึกษาที่จะได้รับการพิจารณารับโอนเข้าศึกษาต้องมีคุณสมบัติตามระเบียบหรือประกาศของมหาวิทยาลัยว่าด้วยการรับเข้านักศึกษา

ข้อ ๒๗ การย้ายสาขาวิชา

การย้ายสาขาวิชาให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสาขาวิชาที่ขอย้ายเข้านั้น โดยนักศึกษาที่จะขอย้ายสาขาวิชา ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

๒๗.๑ ได้เรียนในสาขาวิชาเดิมมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ภาคการศึกษา ทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาที่รักษาสภาพการเป็นนักศึกษา ลาพักการเรียนหรือถูกสั่งให้พักการเรียน

๒๗.๒ การย้ายสาขาวิชาจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของสาขาวิชานั้น ซึ่งอยู่ในดุลยพินิจตามความเห็นชอบของคณะกรรมการหลักสูตรและคณะกรรมการบริหารคณะ

๒๗.๓ การนับระยะเวลาการศึกษาให้นับตั้งแต่แรกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

๒๗.๔ การดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบและประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๘ การเทียบรายวิชาในกรณีของนักศึกษาที่ย้ายสาขาวิชาและรับโอนนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น

๒๘.๑ นักศึกษาที่ได้รับการอนุมัติให้ย้ายสาขาวิชา และรับโอนนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาอื่น มีสิทธิ์ได้รับการเทียบรายวิชา รายวิชาที่ได้รับการเทียบให้ได้สัญลักษณ์หรือระดับคะแนนของมหาวิทยาลัย ให้นับหน่วยกิตดังกล่าวเป็นหน่วยกิตสะสมและนำมาคำนวณแต่ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

๒๘.๒ วิธีการประเมินในแต่ละรายวิชาเรียน เนื้อหาคำอธิบายรายวิชาในรายวิชาที่ขอเทียบจะต้องมีสาระครอบคลุมเนื้อหาของคำอธิบายรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตรของมหาวิทยาลัย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๕ โดยจะต้องได้รับการอนุมัติจากคณบดี ตามความเห็นชอบจากคณะกรรมการหลักสูตรและคณะกรรมการบริหารคณะ ที่รายวิชานั้นสังกัดและจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จ ก่อนการสอบกลางภาคของภาคการศึกษาแรกที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัย

ข้อ ๒๙ การโอนผลการเรียน หมายความว่า การนำหน่วยกิตและค่าคะแนนของทุกรายวิชาที่เคยศึกษาในหลักสูตรมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลามาใช้โดยไม่ต้องศึกษารายวิชานั้นอีก

การยกเว้นการเรียนรายวิชา หมายความว่า การนำหน่วยกิตของรายวิชาในหลักสูตรสถาบันอุดมศึกษาอื่น หรือการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การฝึกอาชีพ หรือจากประสบการณ์การทำงานซึ่งเนื้อหาสาระความยากง่ายเทียบได้ไม่น้อยกว่าสามในสี่ของเนื้อหาในรายวิชาของหลักสูตรมหาวิทยาลัย และอยู่ในระดับเดียวกันมาใช้โดยไม่ต้องเรียนรายวิชานั้นอีก



๒๙.๑ รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่นำมาโอนผลการเรียนหรือเทียบโอนผลการเรียนต้องเป็น รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่สอบได้หรือศึกษามาแล้วไม่เกิน ๕ ปี นับถึงวันที่เข้าศึกษา โดยเริ่มนับจาก ภาคการศึกษาที่ลงทะเบียนรายวิชานั้นๆ และผู้ที่ต้องการโอนผลการเรียนหรือยกเว้นการเรียนรายวิชาจะต้อง ดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายในภาคการศึกษาแรกของการศึกษาตามหลักสูตร

๒๙.๒ ผู้มีสิทธิในการขอโอนผลการเรียน ได้แก่ ผู้ที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏ สงขลาแล้ว แต่ยังไม่สำเร็จการศึกษาและไม่มีสภาพเป็นนักศึกษาแล้วกลับเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี และมี สิทธิเทียบโอนทุกรายวิชาที่ปรากฏอยู่ในหลักสูตร

๒๙.๓ ผู้มีสิทธิในการยกเว้นการเรียนรายวิชา ได้แก่

๒๙.๓.๑ ผู้สำเร็จการศึกษาหรือเคยศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่น

๒๙.๓.๒ ผู้ที่ศึกษาจากการศึกษานอกระบบ และหรือการศึกษาตามอัธยาศัย และต้องมีความรู้พื้นฐานระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าสำหรับขอยกเว้นการเรียนรายวิชาระดับ ปริญญาตรี

๒๙.๔ เงื่อนไขการยกเว้นการเรียนรายวิชา

๒๙.๔.๑ ต้องเป็นรายวิชาที่ได้รับคะแนนไม่ต่ำกว่า C หรือ P

๒๙.๔.๒ การขอยกเว้นการเรียนรายวิชาจากผู้ศึกษาจากการศึกษานอกระบบ และหรือการศึกษาตามอัธยาศัย ให้เป็นไปตามวิธีการประเมินของมหาวิทยาลัย

๒๙.๔.๓ ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมาแล้ว และเข้ามาศึกษาโดยไม่นำ เงื่อนไขข้อ ๒๙.๑ และข้อ ๒๙.๔.๑ มาพิจารณา ทั้งนี้ให้นับหน่วยกิตหมวดวิชาศึกษาทั่วไปรวมในเกณฑ์ การสำเร็จการศึกษาโดยไม่ต้องบันทึกผลการเรียนเป็นรายวิชา

๒๙.๔.๔ ผู้สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มาแล้ว และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีโดยไม่นำเงื่อนไข ข้อ ๒๙.๑ และข้อ ๒๙.๔.๑ มาพิจารณา ทั้งนี้ให้นับ หน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาโดยไม่ต้องบันทึกผลการเรียนเป็นรายวิชาทั้งนี้จำนวนหน่วยกิต ที่ได้รับการยกเว้นให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย

๒๙.๔.๕ จำนวนหน่วยกิตที่ได้รับการยกเว้นรวมแล้วต้องไม่เกินสองในสามของ จำนวนหน่วยกิตรวมขั้นต่ำซึ่งกำหนดไว้ในหลักสูตรที่กำลังศึกษา และเมื่อได้รับการยกเว้นแล้วต้องมีเวลาศึกษาใน มหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๑ ปีการศึกษา

๒๙.๕ การนับจำนวนภาคการศึกษาของผู้ที่โอนผลการเรียนหรือยกเว้นการเรียน รายวิชาให้ถือเกณฑ์ ดังนี้

๒๙.๕.๑ นักศึกษาภาคปกติให้นับจำนวนหน่วยกิตได้ไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิตเป็น ๑ ภาคการศึกษา นักศึกษาภาคพิเศษให้นับจำนวนหน่วยกิตได้ไม่เกิน ๙ หน่วยกิตเป็น ๑ ภาคการศึกษา

๒๙.๕.๒ การโอนผลการเรียนของนักศึกษาตามข้อ ๒๙.๒ ให้นับเฉพาะ ภาคการศึกษาที่เคยศึกษาและมีผลการศึกษา และนักศึกษาตามข้อ ๒๙.๓.๑ และข้อ ๒๙.๓.๒ ให้นับจำนวน ภาคการศึกษาต่อเนื่องกัน

### ข้อ ๓๐ การโอนสถานภาพนักศึกษา

การขอโอนสถานภาพนักศึกษาจากภาคปกติเป็นนักศึกษาภาคพิเศษ ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ปกครองและอาจารย์ที่ปรึกษา และต้องได้รับการอนุมัติจากประธานกรรมการหลักสูตรที่นักศึกษาศึกษาอยู่ โดยให้ยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้

๓๐.๑ นักศึกษาที่ขอโอนสถานภาพนักศึกษาต้องศึกษาอยู่ในคณะเดิม ไม่น้อยกว่า ๑ ภาคการศึกษาปกติ ทั้งนี้ ไม่นับรวมภาคการศึกษาที่ลาพัก ถูกให้พัก หรือการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๐.๒ นักศึกษาที่ขอโอนสถานภาพ จะต้องไปศึกษาในหลักสูตรและสาขาเดิมเท่านั้น

### ข้อ ๓๑ การเทียบรายวิชาระหว่างหลักสูตร

การเทียบรายวิชาระหว่างหลักสูตรเดิมกับหลักสูตรใหม่หรือหลักสูตรปรับปรุงให้ดำเนินการขอเทียบรายวิชาตามหลักเกณฑ์ของคณะที่รายวิชานั้นสังกัดและต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการหลักสูตรและคณะกรรมการบริหารคณะ

## หมวด ๙

### สถานภาพนักศึกษา การลาพักการศึกษา การรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา และการฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา

#### ข้อ ๓๒ สถานภาพนักศึกษา

มหาวิทยาลัยจะจำแนกสถานภาพนักศึกษาตามผลการศึกษาในทุกภาคการศึกษา ทั้งนี้ให้นับภาคการศึกษาที่ได้รักษาสภาพการเป็นนักศึกษา การลาพักหรือถูกให้พัก สถานภาพนักศึกษามี ๓ ประเภท คือ นักศึกษาปกติ นักศึกษาในภาวะวิกฤติ และนักศึกษาในภาวะรอพินิจ

๓๒.๑ นักศึกษาปกติ คือ นักศึกษาที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๒.๐๐ ขึ้นไป

๓๒.๒ นักศึกษาในภาวะวิกฤติ คือ นักศึกษาที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๐๐ - ๑.๙๙ ในภาคการศึกษาแรกที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย หากได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๐๐ จะฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๒.๓ นักศึกษาในภาวะรอพินิจ คือ นักศึกษาที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๐๐ โดยให้จำแนกนักศึกษาในภาวะรอพินิจ ดังนี้

๓๒.๓.๑ นักศึกษาที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยครบ ๒ ภาคการศึกษาแล้ว และได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในภาคการศึกษาที่สองหรือนักศึกษาปกติที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๒๕ แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ จะได้รับภาวะรอพินิจครั้งที่ ๑ หากได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๒๕ จะฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๒.๓.๒ นักศึกษาที่อยู่ในภาวะรอพินิจครั้งที่ ๑ ที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๑.๕๐ แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ ในภาคการศึกษาปกติถัดไป จะได้รับภาวะรอพินิจครั้งที่ ๒ หากได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๕๐ จะฟื้นสภาพการเป็นนักศึกษา



๓๒.๓.๓ นักศึกษาที่อยู่ในภาวะรอพินิจครั้งที่ ๒ ที่ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ ๑.๗๕ แต่ไม่ถึง ๒.๐๐ ในภาคการศึกษาปกติถัดไป จะได้รับภาวะรอพินิจครั้งที่ ๓ หากได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๗๕ จะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๒.๓.๔ นักศึกษาที่อยู่ในภาวะรอพินิจ ครั้งที่ ๓ ที่ได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ถึง ๒.๐๐ ในภาคการศึกษาปกติถัดไปจะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๓๓ การลาพักการศึกษาและการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๓.๑ นักศึกษาเข้าใหม่ที่ยื่นทะเบียนการเป็นนักศึกษาแล้ว ไม่สามารถยื่นคำร้องลาพักการศึกษาหรือรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาในภาคการศึกษาแรกได้ ยกเว้นในกรณีใดกรณีหนึ่ง ดังต่อไปนี้

๓๓.๑.๑ ถูกเกณฑ์หรือระดมเข้ารับราชการทหาร

๓๓.๑.๒ ได้รับทุนแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศหรือทุนอื่นใด ซึ่งมหาวิทยาลัยเห็นสมควรสนับสนุน

๓๓.๑.๓ ประสบอุบัติเหตุ ภัยอันตรายหรือเจ็บป่วย จนไม่สามารถศึกษาต่อไปให้ได้

๓๓.๑.๔ เหตุผลอื่นตามที่มหาวิทยาลัยเห็นสมควร

๓๓.๒ การลาพักการศึกษาทุกครั้งต้องได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ให้นับระยะเวลาลาพักการเรียนเข้าเป็นระยะเวลาการศึกษาด้วย

๓๓.๓ นักศึกษาที่ไม่ลงทะเบียนตามระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนดต้องชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๓.๔ นักศึกษาที่ไม่ลงทะเบียนเรียน ไม่ลาพักการเรียน หรือไม่รักษาสภาพการเป็นนักศึกษา ๑ ภาคการศึกษา ต้องพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา หากนักศึกษาต้องการกลับมาศึกษาต่อ นักศึกษาจะต้องติดต่อกับมหาวิทยาลัยเพื่อขอคืนและรักษาสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๓.๕ นักศึกษาชั้นปีที่ ๑ ในกรณีที่ขาดการติดต่อกับมหาวิทยาลัยในภาคการศึกษาแรก ให้ถือว่าพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๓๔ การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๔.๑ ตายหรือลาออก

๓๔.๒ ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๐๐ ในภาคการศึกษาแรกที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

๓๔.๓ ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๒๕ ในภาคการศึกษาที่สองที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

๓๔.๔ ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๕๐ ในภาคการศึกษาถัดไป หลังจากได้รับภาวะรอพินิจครั้งที่ ๑ ยกเว้นนักศึกษาที่เริ่มเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย ใน ๒ ภาคการศึกษาแรก

๓๔.๕ ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๑.๗๕ ในภาคการศึกษาถัดไป หลังจากได้รับภาวะรอพินิจครั้งที่ ๒

๓๔.๖ ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๐๐ ในภาคการศึกษาถัดไป หลังจากได้รับภาวะรอพินิจครั้งที่ ๓

๓๔.๗ นักศึกษาภาคปกติ มีสภาพการเป็นนักศึกษาครบตามกำหนดหลักสูตร ในกรณีหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ศึกษาได้ ๔ ปีการศึกษา กรณีหลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) ศึกษาได้ ๘ ปีการศึกษา และกรณีหลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) ศึกษาได้ ๑๐ ปีการศึกษา

๓๔.๘ นักศึกษาภาคพิเศษ มีสภาพการเป็นนักศึกษาครบตามกำหนดหลักสูตร ในกรณีหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ศึกษาได้ ๖ ปีการศึกษา กรณีหลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) ศึกษาได้ ๑๒ ปีการศึกษา และกรณีหลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) ศึกษาได้ ๑๕ ปีการศึกษา

๓๔.๙ ได้ค่าระดับคะแนนรายวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพรายวิชาฝึกประสบการณ์ ต่ำกว่า C เป็นครั้งที่ ๒

๓๔.๑๐ ไม่ชำระค่าธรรมเนียมการรักษาสภาพการเป็นนักศึกษาและไม่ขอคืนสภาพการเป็นนักศึกษา

๓๔.๑๑ ประพฤติปฏิบัติตนไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ข้อบังคับของมหาวิทยาลัย ว่าด้วยวินัยนักศึกษา

### หมวด ๑๐ การสำเร็จการศึกษา

#### ข้อ ๓๕ การขอรับและอนุมัติปริญญา

๓๕.๑ นักศึกษาที่มีสิทธิ์ขอรับปริญญา ต้องศึกษารายวิชาต่างๆ ครบถ้วน และผ่านเกณฑ์อื่นตามข้อกำหนดและระเบียบของมหาวิทยาลัยโดยมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตร ตั้งแต่ ๒.๐๐ ขึ้นไป ไม่มีผลการสอบตกในรายวิชาบังคับและมีระยะเวลาศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๓๕.๒ ให้นักศึกษายื่นคำร้องขอรับปริญญาต่อสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน ภายใน ๓๐ วัน นับแต่วันเปิดเรียนของภาคการศึกษาสุดท้ายที่นักศึกษาคาดว่าจะสอบได้หน่วยกิตครบถ้วนตามหลักสูตร และในกรณีที่นักศึกษายังไม่ขออนุมัติสำเร็จการศึกษา ด้วยมีความประสงค์จะลงทะเบียนรายวิชาเพิ่มเติมในภาคการศึกษาถัดไป นักศึกษาต้องยื่นคำร้องขออนุมัติต่อมหาวิทยาลัยภายใน ๒ สัปดาห์ ก่อนการสอบปลายภาค โดยมีระยะเวลาที่ศึกษาเพิ่มเติมรวมกับระยะเวลาที่ศึกษาตามหลักสูตรแล้วต้องไม่เกินระยะเวลาการศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๓๕.๓ นักศึกษาจะต้องไม่มีพันธะใดๆ ต่อมหาวิทยาลัยจึงจะได้รับการเสนอชื่อเพื่อขอรับปริญญา

๓๕.๔ นักศึกษาที่สมควรได้รับการเสนอชื่อให้ได้รับปริญญา จะต้องเป็นผู้ที่มีความประพฤติที่ไม่ขัดต่อกฎ ระเบียบของมหาวิทยาลัย ว่าด้วยวินัยนักศึกษา

๓๕.๕ นักศึกษาต้องผ่านการเตรียมความพร้อมและการทำกิจกรรมครบถ้วนตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด



๓๕.๖ นักศึกษาต้องสอบผ่านการประเมินผลความรู้และทักษะตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๓๕.๗ สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้พิจารณาอนุมัติการให้ปริญญา

ข้อ ๓๖ การให้ปริญญาเกียรตินิยม

๓๖.๑ คุณสมบัติด้านการศึกษานักศึกษาที่มีสิทธิ์ได้รับปริญญาเกียรตินิยม มีดังนี้

๓๖.๑.๑ ปริญญาตรี หลักสูตร ๔ ปี หรือ ๕ ปี เมื่อเรียนครบหลักสูตรแล้ว ได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง และได้ค่าระดับคะแนนสะสมไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ แต่ไม่ถึง ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

๓๖.๑.๒ ปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) สอบได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมจากระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าไม่น้อยกว่า ๓.๖๐ และเรียนครบหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมจากการศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ไม่น้อยกว่า ๓.๖๐ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับหนึ่ง และได้รับค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมจากสถาบันเดิมไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ ขึ้นไป และเรียนครบหลักสูตรได้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมในระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ จะได้รับเกียรตินิยมอันดับสอง

๓๖.๑.๓ สอบได้ในรายวิชาใดๆ ไม่ต่ำกว่า C ตามระบบค่าระดับคะแนนหรือไม่ได้ “F” ตามระบบไม่มีค่าระดับคะแนน ไม่โอนผลการเรียนและเทียบโอนผลการเรียน ไม่ได้ลงทะเบียนเรียนในภาคฤดูร้อน และไม่ได้ลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาใดวิชาหนึ่ง

๓๖.๑.๔ นักศึกษาภาคปกติ หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๖ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๘ ภาคการศึกษาปกติ และสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๔ ภาคการศึกษาปกติ นักศึกษาภาคพิเศษ หลักสูตรปริญญาตรี (๔ ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๑๔ ภาคการศึกษาปกติ สำหรับหลักสูตรปริญญาตรี (๕ ปี) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๑๗ ภาคการศึกษาปกติ และสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี(ต่อเนื่อง) สำเร็จการศึกษาได้ไม่ก่อน ๘ ภาคการศึกษาปกติ

๓๖.๒ คุณสมบัติด้านคุณธรรม จริยธรรม นักศึกษาที่จะได้รับปริญญาเกียรตินิยมจะต้องเป็นผู้มีความประพฤติดี และไม่เคยถูกลงโทษทางวินัยในระดับชั้นพักการศึกษาหรือสูงกว่านั้นตลอดระยะเวลาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย

ประกาศ ณ วันที่ ๒๐ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๐



(ศาสตราจารย์ ดร.จรัส สุวรรณมาลา)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

## ภาคผนวก ข

ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการโอนผลการเรียน  
และการเทียบโอนผลการเรียน พ.ศ. 2553





**ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
ว่าด้วยการโอนผลการเรียน และการเทียบโอนผลการเรียน  
พ.ศ. ๒๕๕๓**

---

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) และ (๑๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในคราวประชุมครั้งที่ ๘/๒๕๕๓ วันที่ ๑๔ สิงหาคม ๒๕๕๓ มีมติเห็นชอบให้ออกระเบียบไว้ดังนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ว่าด้วยการโอนผลการเรียน และการเทียบโอนผลการเรียน พ.ศ. ๒๕๕๓”

ข้อ ๒ ระเบียบนี้ให้ใช้กับนักศึกษาที่เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคเรียนที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๕๓ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ในระเบียบนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“สภามหาวิทยาลัย” หมายความว่า สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“นักศึกษา” หมายความว่า นักศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการพิจารณาการโอนผลการเรียน และการเทียบโอนผลการเรียน

“การโอนผลการเรียน” หมายความว่า การนำหน่วยกิตและค่าระดับคะแนนของทุกรายวิชาที่เคยศึกษาในหลักสูตรมหาวิทยาลัยมาใช้โดยไม่ต้องศึกษาหรือลงทะเบียนในรายวิชานั้นอีก

“การเทียบโอนผลการเรียน” หมายความว่า การนำผลการเรียนและประสบการณ์ของผู้เรียนที่เกิดจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาคตามอัธยาศัยมาประเมินเข้าสู่รายวิชาในโครงสร้างหลักสูตร และเทียบโอนหน่วยกิตของรายวิชานั้นเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรที่ศึกษา โดยไม่ต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชานั้นอีก

“การศึกษาในระบบ” หมายความว่า การศึกษาที่มีรูปแบบและระบบแบบแผนชัดเจน มีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักสูตร วิธีการจัดการเรียนการสอน การวัดผล และการประเมินผลที่แน่นอน

“การศึกษานอกระบบ” หมายความว่า การศึกษาที่มีความยืดหยุ่นและหลากหลายรูปแบบ ไม่มีข้อจำกัดเรื่องอายุและสถานที่โดยมุ่งหมายให้เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพมนุษย์ มีการกำหนด จุดมุ่งหมายหลักสูตร วิธีการเรียนการสอน สื่อ การวัดผลและประเมินผลที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย



“การศึกษาตามอัธยาศัย” หมายความว่า การศึกษาที่เกิดขึ้นตามวิถีชีวิต เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์การทำงาน หรือเรียนรู้จากบุคคล ครอบครัว สภาพแวดล้อม สื่อ ผู้เรียนเรียนรู้ได้ทั้งตั้งใจและไม่ตั้งใจ เป็นการจัดการศึกษาที่ไม่มีหลักสูตรชัดเจน ไม่มีระบบและรูปแบบของการจัดการศึกษาแน่นอน จนถึงไม่มีเลย หากแต่กิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดการเรียนรู้ ผู้เรียนมีความรู้ มีทักษะ มีเจตคติเช่นเดียวกับการศึกษาอื่น ๆ

ข้อ ๔ ให้มหาวิทยาลัยแต่งตั้งคณะกรรมการซึ่งมีคุณสมบัติสอดคล้องกับระดับการศึกษา สาขาวิชาที่ขอโอนผลการเรียน และเทียบโอนผลการเรียน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คน ดำเนินการพิจารณาการโอนผลการเรียน และการเทียบโอนผลการเรียน

หลักเกณฑ์ วิธีการที่ได้มาซึ่งคณะกรรมการ หลักเกณฑ์ และวิธีการประเมินการโอนผลการเรียน และการเทียบโอนผลการเรียน ให้เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๕ ผู้ที่โอนผลการเรียน หรือเทียบโอนผลการเรียน ต้องเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย และต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกคัดชื่อออกจากมหาวิทยาลัย หรือสถาบันการศึกษาใดมาก่อนเนื่องจากถูกลงโทษทางวินัย

ข้อ ๖ รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่จะนำมาโอนผลการเรียน หรือเทียบโอนผลการเรียน ต้องเป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่สอบได้หรือศึกษามาแล้วไม่เกิน ๕ ปีนับถึงวันที่เข้าศึกษา โดยเริ่มนับจากวันสำเร็จการศึกษาหรือภาคเรียนสุดท้ายที่มีผลการเรียน

รายวิชาที่พ้นกำหนดระยะเวลาตามวรรคแรก สามารถดำเนินการขอเทียบโอนได้โดยการสอบประเมินความรู้ตามหลักเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๗ ต้องมีระยะเวลาศึกษาในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า ๑ ปีการศึกษา ก่อนสำเร็จการศึกษา

ข้อ ๘ การโอนผลการเรียนมีหลักเกณฑ์ดังนี้

(๑) ผู้ที่ขอโอนผลการเรียนต้องเป็นผู้ที่เคยศึกษาในมหาวิทยาลัยมาแล้ว แต่ยังไม่สำเร็จการศึกษา หรือต้องการเปลี่ยนสถานศึกษาจากนักศึกษาภาคปกติไปเป็นนักศึกษาภาคพิเศษ หรือนักศึกษาในโครงการอื่น

(๒) ผู้ขอโอนผลการเรียนต้องมีผลคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

(๓) ให้โอนผลการเรียนทุกรายวิชา โดยบันทึกผลการเรียนตามใบรายงานผลการเรียนทุกรายวิชาและนำมาคิดคะแนนเฉลี่ยสะสม และหน่วยกิตสะสม

ข้อ ๙ การเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระบบ มีหลักเกณฑ์ดังนี้

(๑) การเทียบโอนผลการเรียนอาจจะเทียบโอนรายวิชาหนึ่งต่อหนึ่งรายวิชา หรืออาจจะเทียบโอนเป็นกลุ่มรายวิชาก็ได้

(๒) จำนวนหน่วยกิตรวมของรายวิชา หรือของกลุ่มวิชาต้องไม่น้อยกว่าจำนวนหน่วยกิตรวมของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่ขอเทียบโอน

(๓) รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่จะนำมาเทียบโอนจะต้องอยู่ในระดับเดียวกัน และมีเนื้อหาสาระความรู้เทียบได้ไม่น้อยกว่าสามในสี่ของรายวิชา หรือกลุ่มรายวิชาที่ขอเทียบโอน

(๔) ให้เทียบโอนได้เฉพาะรายวิชาที่มีผลการเรียนไม่ต่ำกว่าระดับคะแนน ๒ หรือ "C" หรือระดับผลการประเมินผ่าน หรือ "P"

(๕) จำนวนหน่วยกิตที่นำมาขอเทียบโอนต้องไม่เกินสองในสามของจำนวนหน่วยกิตรวมที่กำหนดไว้ในหลักสูตรที่กำลังศึกษา

(๖) รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่ได้รับการอนุมัติให้เทียบโอนให้บันทึกผลการเรียนด้วยอักษร "T" (Transfer Credits) และให้นับหน่วยกิตรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชานั้นเป็นหน่วยกิตสะสม แต่ไม่นำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม เว้นแต่เป็นหลักสูตรที่มีองค์การวิชาชีพควบคุม และต้องใช้ผลการเรียนประกอบวิชาชีพ ให้กำหนดระดับคะแนนในรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่ได้รับการเทียบโอนเพื่อนำมาคิดค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม

(๗) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมาแล้ว และเข้ามาศึกษาปริญญาโทสองอีกสาขาหนึ่ง ให้สามารถเทียบโอนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปได้ทั้งหมด โดยไม่นำเงื่อนไขในข้อ ๔(๓) และ(๔) มาพิจารณา และให้นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์สำเร็จการศึกษาโดยไม่ต้องบันทึกผลการเรียนเป็นรายวิชา

ในกรณีที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นว่ายังขาดความรู้บางส่วนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป อาจกำหนดให้ศึกษาเพิ่มเติมวิชาเหล่านั้นได้ โดยไม่นำมานับเป็นหน่วยกิตสะสม

(๘) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค(ปวท.) หรือเทียบเท่าจากสถาบันการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ให้สามารถเทียบโอนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปได้ ๑๒ หน่วยกิต โดยไม่นำเงื่อนไขในข้อ ๔(๓) และ(๔) มาพิจารณา และให้นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์สำเร็จการศึกษาโดยไม่ต้องบันทึกผลการเรียนเป็นรายวิชา

รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปใดที่จะได้รับการเทียบโอนและรายวิชาใดที่จะต้องเรียนเพิ่มตามวรรคแรก ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

ข้อ ๑๐ การเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

(๑) ผู้ที่ขอเทียบโอนจะต้อง มีประสบการณ์การทำงานมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ปี

(๒) การเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เข้าสู่รายวิชาที่ขอเทียบต้องพิจารณาความรู้ที่ได้จากประสบการณ์เป็นหลัก โดยการประเมินเพื่อเทียบโอนในแต่ละรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาให้เป็นไปตามรูปแบบและวิธีการที่มหาวิทยาลัยกำหนด

(๓) ผลการประเมินต้องเทียบได้ไม่ต่ำกว่า ระดับคะแนนคะแนน ๒.๐๐ หรือ "C" หรือเทียบเท่า โดยบันทึกผลการเรียนของรายวิชาที่ขอเทียบโอนเป็นอักษร "PL" (Credits from Prior Learning) และให้นับหน่วยกิตรายวิชานั้นเป็นหน่วยกิตสะสม แต่ไม่นำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ยกเว้นหลักสูตรที่มีองค์การวิชาชีพควบคุม ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดขององค์การวิชาชีพนั้น

## (๔) ให้งบ้นที่กวีวิธีการประเมันดังนี้

(๔.๑) "CT" (Credits from Training) หมายถึง หน่วยกิตจากการประเมัน  
ประสพการณ์การอบรมตามหลักสูตรที่กำหนดไว้

(๔.๒) "CP" (Credits from Portfolio) หมายถึง หน่วยกิตจากการประเมัน  
ประสพการณ์การเสนอแฟ้มสะสมผลงาน และการสอบข้อเขียน

(๔.๓) "CS" (Credits from Standardized Test) หมายถึง หน่วยกิตจากการ  
ประเมันประสพการณ์การสอบข้อเขียนที่ใช้แบบทดสอบมาตรฐาน

(๔.๔) "CE" (Credits from Examination) หมายถึง หน่วยกิตจากการประเมัน  
ประสพการณ์การสอบข้อเขียน

ข้อ ๑๑ การเทียบโอนผลการเรียนทั้งในระบบ และนอกระบบหน่วยกิตรวมกันต้องไม่เกิน  
สองในสามของหน่วยกิตรวมของหลักสูตร

ข้อ ๑๒ การโอนผลการเรียนและการเทียบโอนผลการเรียนจะต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้น  
ภายในภาคเรียนแรกของการศึกษาตามหลักสูตร

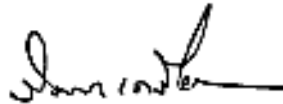
ข้อ ๑๓ ผู้ที่ได้รับการโอนผลการเรียนและเทียบโอนผลการเรียน ไม่มีสิทธิได้รับปริญญา  
เกียรตินิยม

ข้อ ๑๔ การโอนผลการเรียนและการเทียบโอนผลการเรียน ต้องชำระค่าธรรมเนียมตาม  
ระเบียบมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๕ ให้อธิการบดีรักษาการให้เป็นไปตามระเบียบนี้ และมีอำนาจออกประกาศ คำสั่ง  
ข้อปฏิบัติ เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติตามระเบียบนี้

ในกรณีที่เกิดปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบนี้ ให้อธิการบดีเป็นผู้มีอำนาจใน  
การตัดสินใจและวินิจฉัยชี้ขาด

ประกาศ ณ วันที่ ๑๔ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๓



(ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.วิษณุ เครืองาม)

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

**หมายเหตุ :-** เหตุผลในการประกาศใช้ระเบียบนี้ ด้วยความมาตรา ๑๕ แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ ซึ่งกำหนดให้มีการเทียบโอนผลการเรียนที่สะสมไว้ในระหว่างรูปแบบการศึกษาเดียวกัน หรือต่างรูปแบบได้นั้น เพื่อให้สอดคล้องกับมาตราดังกล่าว และเป็นการเปิดโอกาสให้มีการนำผลการเรียนจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยมาเทียบเข้าสู่ระบบการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ตลอดจนเพื่อให้การโอนผลการเรียน และการเทียบโอนผลการเรียนของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เป็นไปอย่างยุติธรรม เชื่อถือ ตรวจสอบได้ และมีมาตรฐานเดียวกัน ทั้งยังคงรักษาไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานทางวิชาการ ซึ่งเป็นอำนาจสภามหาวิทยาลัย ตามมาตรา ๑๕ (๒) และ (๑๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ ในการออกระเบียบเพื่อประโยชน์ในการบริหารงาน จึงจำเป็นต้องออกระเบียบนี้

## ภาคผนวก ค

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง



ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                  | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                   | สาระสำคัญ/เหตุผลการเปลี่ยนแปลง                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. ชื่อหลักสูตร</b><br>ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา<br>การตลาด<br>ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration<br>Program in Marketing                                                                              | <b>1. ชื่อหลักสูตร</b><br>ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา<br>การตลาด<br>ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration<br>Program in Marketing                                                                              | -ไม่มี                                                                           |
| <b>2. ชื่อปริญญา</b><br>ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)<br>ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : บธ.บ. (การตลาด)<br>ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Bachelor of Business<br>Administration (Marketing)<br>ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.B.A. (Marketing) | <b>2. ชื่อปริญญา</b><br>ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)<br>ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : บธ.บ. (การตลาด)<br>ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Bachelor of Business<br>Administration (Marketing)<br>ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : B.B.A. (Marketing) | -ไม่มี                                                                           |
| <b>3. ปรัชญาของหลักสูตร</b><br>มุ่งสร้างบัณฑิตที่มีความรู้ด้านวิชาชีพทางการตลาด มีคุณธรรม<br>จริยธรรม และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น เพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงาน<br>ในธุรกิจ หรือองค์กรท้องถิ่น                                                    | <b>3. ปรัชญาของหลักสูตร</b><br>สร้างบัณฑิตด้านการตลาดที่มีคุณธรรมจริยธรรม คิดอย่างเป็น<br>ระบบ คิดสร้างสรรค์ สามารถทำงานเป็นทีม บูรณาการความรู้และ<br>ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานท้องถิ่น หรือเป็น<br>ผู้ประกอบการ          | - ปรับปรุงให้มีความสอดคล้องกับ<br>คุณลักษณะของบัณฑิตจากการศึกษา<br>ความเป็นไปได้ |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | สาระสำคัญ/เหตุผลการเปลี่ยนแปลง                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <p><b>4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร</b></p> <p>4.1 เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม สร้างจิตสำนึกให้มี จรรยาบรรณวิชาชีพ และเป็นพลเมืองดีของประเทศชาติ ตลอดจน อารังไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ</p> <p>4.2 ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถทักษะทางด้าน การตลาด และสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน</p> <p>4.3 ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถในการสืบค้นข้อมูล เพื่อสามารถวิเคราะห์ วางแผน ตัดสินใจ แก้ปัญหาในสถานการณ์ ต่างๆ ด้านการตลาด และนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน</p> <p>4.4 ผลิตบัณฑิตให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบ ต่อตนเองและผู้อื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับ ผู้อื่นได้</p> <p>4.5 ผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ มาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน</p> | <p><b>4. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร</b></p> <p>4.1 ผลิตบัณฑิตให้มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความ กระตือรือร้น ซื่อสัตย์ และมีจิตสาธารณะ</p> <p>4.2 ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด หลักการบริหารงาน ด้านบริหารธุรกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน</p> <p>4.3 ผลิตบัณฑิตให้สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ แยกแยะ ชี้ประเด็นในการตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณ แก้ปัญหา ในสถานการณ์ต่าง ๆ</p> <p>4.4 ผลิตบัณฑิตให้มีความคิดสร้างสรรค์ พัฒนางานและ นำไปสู่การปฏิบัติ</p> <p>4.5 ผลิตบัณฑิตให้มีทักษะ ทำงานเป็นทีม เอื้อต่อการ แก้ปัญหาของทีม</p> <p>4.6 ผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในการสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศในด้านธุรกิจ</p> | <p>- ปรับให้มีความสอดคล้องกับ<br/>ปรัชญาหลักสูตร</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559               |  |             |           | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                      |  |             |           | สาระสำคัญ/เหตุผลการเปลี่ยนแปลง |  |
|------------------------------------------|--|-------------|-----------|------------------------------------------------|--|-------------|-----------|--------------------------------|--|
| <b>5. โครงสร้างหลักสูตร</b>              |  |             |           | <b>5. โครงสร้างหลักสูตร</b>                    |  |             |           |                                |  |
| จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า |  | 129         | หน่วยกิต  | จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า       |  | 128         | หน่วยกิต  |                                |  |
| <b>1.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>             |  | ไม่น้อยกว่า | <b>30</b> | <b>1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>                  |  | ไม่น้อยกว่า | <b>30</b> |                                |  |
| 1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร           |  | ไม่น้อยกว่า | 12        | 1.1 กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร                 |  | ไม่น้อยกว่า | 12        |                                |  |
| บังคับเรียน                              |  |             | 9         | บังคับเรียน                                    |  |             | 9         |                                |  |
| เลือกเรียน                               |  | ไม่น้อยกว่า | 3         | เลือกเรียน                                     |  | ไม่น้อยกว่า | 3         |                                |  |
| 1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์                 |  |             |           | 1.2 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์                       |  | ไม่น้อยกว่า | 6         |                                |  |
| และสังคมศาสตร์                           |  | ไม่น้อยกว่า | 9         | บังคับเรียน                                    |  |             | 3         |                                |  |
| บังคับเรียน                              |  |             | 3         | เลือกเรียน                                     |  | ไม่น้อยกว่า | 3         |                                |  |
| เลือกเรียน                               |  | ไม่น้อยกว่า | 9         | 1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์                       |  | ไม่น้อยกว่า | 6         |                                |  |
| 1.3 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์                  |  |             |           | บังคับเรียน                                    |  |             | 3         |                                |  |
| วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี                 |  | ไม่น้อยกว่า | 9         | เลือกเรียน                                     |  | ไม่น้อยกว่า | 3         |                                |  |
| บังคับเรียน                              |  |             | 3         | 1.4 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์            |  |             |           |                                |  |
| เลือกเรียน                               |  | ไม่น้อยกว่า | 6         | และเทคโนโลยี                                   |  | ไม่น้อยกว่า | 9         |                                |  |
| <b>2) หมวดวิชาเฉพาะด้าน</b>              |  | ไม่น้อยกว่า | <b>93</b> | บังคับเรียน                                    |  |             | 3         |                                |  |
| 2.1 กลุ่มวิชาแกน                         |  |             | 42        | เลือกเรียน                                     |  | ไม่น้อยกว่า | 3         |                                |  |
| 2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน                   |  | ไม่น้อยกว่า | 43        | <b>2) หมวดวิชาเฉพาะ</b>                        |  | ไม่น้อยกว่า | <b>92</b> |                                |  |
| 2.2.1 วิชาเฉพาะบังคับ                    |  |             | 31        | 2.1 กลุ่มวิชาแกน                               |  |             | 33        |                                |  |
| 2.2.2 วิชาเฉพาะเลือก                     |  | ไม่น้อยกว่า | 12        | 2.2 กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน                         |  | ไม่น้อยกว่า | 51        |                                |  |
| 2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและ               |  |             |           | 2.2.1 บังคับเรียน                              |  |             | 36        |                                |  |
| ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ                     |  |             | 8         | 2.2.2 เลือกเรียน                               |  | ไม่น้อยกว่า | 15        |                                |  |
| <b>3) หมวดวิชาเลือกเสรี</b>              |  | ไม่น้อยกว่า | <b>6</b>  | 2.3 กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ |  |             | 8         |                                |  |
|                                          |  |             |           | <b>3) หมวดวิชาเลือกเสรี</b>                    |  | ไม่น้อยกว่า | <b>6</b>  |                                |  |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                            | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                            | สาระสำคัญ/เหตุผลการเปลี่ยนแปลง |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| <b>6. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</b><br>6.1 ผศ.มีพร หาญชัยสุขสกุล<br>6.2 ผศ.จาริณี เขียรเจริญ<br>6.3 ดร.รรีนา มุกดา<br>6.4 นางสาวสิริชนก อินทะสุวรรณ<br>6.5 นางสาวสิริกัญญา โชติช่วง | <b>6.อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร</b><br>6.1 ผศ.มีพร หาญชัยสุขสกุล<br>6.2 ผศ.จาริณี เขียรเจริญ<br>6.3 ดร.รรีนา มุกดา<br>6.4 นางสาวสิริชนก อินทะสุวรรณ<br>6.5 นางสาวสิริกัญญา โชติช่วง |                                |

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
หลักสูตรปรับปรุงพ.ศ.2559 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | สาระการปรับปรุง                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>GEL0101 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)</b><br/> <b>Thai for Communication</b><br/>                     พัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยในด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ให้ความรอบรู้และสามารถใช้ภาษาสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมตามบริบททางสังคม และวัฒนธรรมไทย<br/>                     Study and practice skills in listening, speaking, reading and writing, in Thai for the daily life communication appropriately in various Thai contexts.</p> | <p><b>GESL103 รู้ใช้ภาษาไทย 3(3-0-6)</b><br/> <b>Arts of Using Thai Language</b><br/>                     ทักษะการสื่อสาร ศิลปะการใช้ภาษา การย่อและการสรุปความ การพูดนำเสนอ และการเขียนทางวิชาการ<br/>                     Strengthen learners in terms of communicative skills, arts of using Thai language, summarizing and briefing, oral presentations and academic writing.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>-เปลี่ยนรหัสวิชา<br/>                     ชื่อวิชา และปรับ<br/>                     คำอธิบายรายวิชา</p> |
| <p><b>GEL0201 ภาษาอังกฤษในโลกปัจจุบัน 3(3-0-6)</b><br/> <b>English for Today's World</b><br/>                     พัฒนาผู้เรียนให้ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้จากแหล่งข้อมูลสารสนเทศเพื่อประยุกต์ใช้ในการศึกษาและการดำรงชีวิตในโลกปัจจุบัน<br/>                     Develop learners in using English as a medium to access and retrieve information for education and daily life applications.</p>                                                         | <p><b>GESL101 ภาษาอังกฤษพาไป 3(3-0-6)</b><br/> <b>English Adventures</b><br/>                     คำศัพท์ สำนวน โครงสร้างภาษาอังกฤษ และอวัจนภาษา ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ เพลง สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ และฝึกปฏิบัติผ่านสถานการณ์ที่กำหนดทั้งในและนอกห้องเรียน เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การปฏิบัติจริงในชีวิตประจำวัน<br/>                     English vocabulary, expressions, structures and non-verbal language through various types of media such as movies, songs, online communications and printed matters. Practice English in designed language situations not only inside but also outside classrooms in order to apply the language use to daily life.</p> | <p>-เปลี่ยนรหัสวิชา<br/>                     ชื่อวิชา และปรับ<br/>                     คำอธิบายรายวิชา</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |           | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |          | สาระการปรับปรุง                                         |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------|
| GEL0202                   | ภาษาอังกฤษเพื่อการทำงาน<br>English at Work<br>ฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในบริบทของการทำงาน และสามารถใช้องค์ความรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการหางาน สมัครงาน สัมภาษณ์งาน และบริบทอื่น ๆ ของการทำงาน<br>Practice English skills in work-related contexts. Make use of English for job seeking, job applying, job interviewing, and other work-related contexts.                                                                                                                                                                                                                                      | 3(3-0-6)  | GESL102                    | ภาษาอังกฤษพิชิตฝัน<br>English for Dream Achievement<br>ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงานที่ใฝ่ฝัน<br>ฝึกการสัมภาษณ์งาน บทสนทนาต่าง ๆ ที่ใช้ในสถานที่ทำงาน และบริบทอื่น ๆ ของการทำงาน รวมทั้งการใช้ภาษาอังกฤษและเทคโนโลยี เพื่อการนำเสนอในงานในรูปแบบต่าง ๆ<br>English skills for dream job applications, job interviews, English conversations in workplace and in various work-related contexts. Make use of English and technology for a variety of work presentations.                                    | 3(3-0-6) | -เปลี่ยนรหัสวิชา<br>ชื่อวิชา และปรับ<br>คำอธิบายรายวิชา |
| GEL0304                   | ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร<br>Chinese for Communication<br>เรียนรู้ระบบสัทอักษรจีน วิธีการเขียนอักษรจีน ฝึกทักษะฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาจีนในชีวิตประจำวัน เรียนรู้การศึกษาค้นคว้าภาษาจีนด้วยตนเองผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ พร้อมทั้งเรียนรู้และเข้าใจความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน<br>Study and practice basic structure of Mandarin Chinese with an emphasis on developing listening, speaking, reading and writing skills with application to a number of familiar everyday topics. Enhance learner autonomy through technology. Learn about culture and develop inter cultural awareness. | 3(3-0-6 ) | GESL108                    | เพลิดเพลินกับภาษาจีน<br>Happy Chinese<br>ระบบการออกเสียงและวิธีการเขียนอักษรจีน เรียนรู้คำศัพท์และบทสนทนาภาษาจีนอย่างทันสมัย ฝึกปฏิบัติการฟัง พูด อ่าน และเขียน พร้อมทั้งเรียนรู้ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน<br>The Mandarin Chinese phonetics and the basics of writing the Chinese scripts. Focus on up to date vocabulary and dialogues in current contexts. Practice the language skills: listening, speaking, reading and writing and recognize the intercultural awareness between Thai and Chinese. | 3(3-0-6) | -เปลี่ยนรหัสวิชา<br>ชื่อวิชา และปรับ<br>คำอธิบายรายวิชา |
| GEL0305                   | ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร<br>Japanese for Communication<br>ฝึกทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่น โดยเน้นทักษะการฟังและการพูดเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน และเสริมสร้างความเข้าใจด้านสังคมและวัฒนธรรมระหว่างไทยและญี่ปุ่น                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3(3-0-6)  | GESL106                    | สนุกกับภาษาญี่ปุ่น<br>Fun with Japanese<br>ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียนภาษาญี่ปุ่น โดยเน้นทักษะการฟังและการพูด เพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน และเสริมสร้างความเข้าใจด้านสังคมและวัฒนธรรมระหว่างไทยและญี่ปุ่น โดยใช้กิจกรรมการบูรณาการทางภาษา                                                                                                                                                                                                                                                       | 3(3-0-6) | -เปลี่ยนรหัสวิชา<br>ชื่อวิชา และปรับ<br>คำอธิบายรายวิชา |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | สาระการปรับปรุง                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Study and practice skills in Japanese, focusing on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Japanese cultures.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>The language skills: listening, speaking, reading and writing in Japanese, focusing mainly on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Japanese cultures by using various integrated skill activities.</p>                                                                                                                                                                                                   |                                                                                        |
| <p><b>GEL0301 ภาษามลายูเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6 )</b><br/> <b>Malay for Communication</b><br/>           การฝึกทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยเน้นทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสาร สอดแทรกบริบททางด้านวัฒนธรรม เพื่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน<br/>           Study and practice skills in listening, speaking, reading and writing in Malay, focusing on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Malay cultures.</p> | <p><b>GESL104 เฮฮาภาษามลายู 3(3-0-6)</b><br/> <b>Malay Language Fun</b><br/>           ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยเน้นทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสาร สอดแทรกบริบททางด้านวัฒนธรรม เพื่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน<br/>           The language skills: listening, speaking, reading and writing in Malay, focusing mainly on listening and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Malay cultures.</p> | <p>-เปลี่ยนรหัสวิชา<br/>           ชื่อวิชา และปรับ<br/>           คำอธิบายรายวิชา</p> |
| <p><b>GEL0306 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)</b><br/> <b>Korean for Communication</b><br/>           การฝึกทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาเกาหลี โดยเน้นทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสาร ในชีวิตประจำวัน<br/>           Study and practice skills in listening, speaking, reading and writing in Korean, focusing on listening and speaking for daily life.</p>                                                                                                    | <p><b>GESL107 บันเทิงกับภาษาเกาหลี 3(3-0-6)</b><br/> <b>Entertain with Korean</b><br/>           ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาเกาหลี โดยเน้นทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน<br/>           The language skills: listening, speaking, reading and writing in Korean, focusing mainly on listening and speaking for daily life.</p>                                                                                            | <p>-เปลี่ยนรหัสวิชา<br/>           ชื่อวิชา และปรับ<br/>           คำอธิบายรายวิชา</p> |
| <p><b>GEL0302 ภาษาอินโดนีเซียเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)</b><br/> <b>Indonesian for Communication</b><br/>           การฝึกทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยเน้นทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสาร สอดแทรกบริบททางด้านวัฒนธรรมอินโดนีเซีย เพื่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน</p>                                                                                                                                                                                                  | <p><b>GESL105 เฮลโลภาษาอินโดนีเซีย 3(3-0-6)</b><br/> <b>Hello Indonesia Language</b><br/>           ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยเน้นทักษะการฟังและการพูดสำหรับการสื่อสาร สอดแทรกบริบททางด้านวัฒนธรรมอินโดนีเซีย เพื่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน<br/>           The language skills: listening, speaking, reading and writing in Indonesian, focusing mainly on listening and speaking for daily</p>                                              | <p>-เปลี่ยนรหัสวิชา<br/>           ชื่อวิชา และปรับ<br/>           คำอธิบายรายวิชา</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | สาระการปรับปรุง |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Study and practice Skills in listening, speaking, reading and and speaking for daily communication and promoting the understanding of Thai and Indonesian cultures.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | communication and promoting the understanding of Thai and Indonesian cultures.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                 |
| <p><b>GEH0406 สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Information for Learning</b><br/>           ความหมาย ความสำคัญ และความต้องการสารสนเทศ ทฤษฎีสารสนเทศ แหล่งสารสนเทศ กลยุทธ์การสืบค้นสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ การประเมินสารสนเทศ การอ้างอิงและบรรณานุกรม การนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ โดยตระหนักถึงจริยธรรมสารสนเทศ</p> <p>Meaning and significance of information, information sources, information resources, electronic information searching strategy, information evaluation, information ethics, citation and bibliography, information presentation in various forms.</p>                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | -               |
| <p><b>GEH0402 ปรัชญาและศาสนา 3(3-0-6)</b><br/> <b>Philosophy and Religions</b><br/>           ความหมาย องค์ประกอบ การวิเคราะห์ปัญหาของปรัชญาและศาสนา สาขาของปรัชญา ความสัมพันธ์และความแตกต่างระหว่างปรัชญาและศาสนา คุณค่าที่แท้จริงของปรัชญาและศาสนา หลักคำสอนของศาสนาต่าง ๆ นำหลักธรรมมาพัฒนาคุณภาพชีวิตในระดับบุคคล ครอบครัว สังคม เพื่อให้เกิดสันติภาพและสันติสุข</p> <p>Analytical elements of philosophy and religions, the relations between philosophy and religions, the real value of philosophy and religions, teachings and philosophical concepts of different school of philosophy and religions for peace of life and peaceful societies.</p> | <p><b>GESH202 ปรัชญาและศาสนา 3(3-0-6)</b><br/> <b>Philosophy and Religions</b><br/>           ความหมาย องค์ประกอบ การวิเคราะห์ปัญหาของปรัชญาและศาสนา สาขาของปรัชญา ความสัมพันธ์และความแตกต่างระหว่างปรัชญาและศาสนา คุณค่าที่แท้จริงของปรัชญาและศาสนา หลักคำสอนของศาสนาต่าง ๆ นำหลักธรรมมาพัฒนาคุณภาพชีวิตในระดับบุคคล ครอบครัว สังคม เพื่อให้เกิดสันติภาพและสันติสุข</p> <p>Analytical elements of philosophy and religions, the relations between philosophy and religions, the real value of philosophy and religions, teachings and philosophical concepts of different school of philosophy and religions for peace of life and peaceful societies.</p> | -ปรับรหัสวิชา   |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                       | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | สาระการปรับปรุง                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GEH0403 มนุษย์กับความงาม 3(3-0-6)</b><br><b>Human and Aesthetics</b><br>แนวคิดทฤษฎีความงามเบื้องต้น องค์ประกอบทางศิลปะ ดนตรี และศิลปะการแสดง การประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน<br>Concept and theory of beauty, aesthetic elements in painting, music and performing arts, beauty in daily life. | <b>GESH203 มนุษย์กับความงาม 3(3-0-6)</b><br><b>Human and Aesthetics</b><br>แนวคิด ทฤษฎีความงามเบื้องต้น องค์ประกอบทางศิลปะ ดนตรี และศิลปะการแสดง การประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การตระหนักในคุณค่าความงาม<br>Concept and fundamental concepts, theories of aesthetics, elements of art, music, and performing arts. Apply the knowledge of aesthetics into daily life and realize the values of aesthetics.                                                                                                               | -เปลี่ยนรหัสวิชา<br>กลุ่มวิชา และมีการ<br>ปรับคำอธิบาย<br>รายวิชาให้มีความ<br>เหมาะสมยิ่งขึ้น |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>GESH204 วัยใส ใจสะอาด 3(3-0-6)</b><br><b>Youngster with Good Heart</b><br>การทุจริต การป้องกันการทุจริต จิตสำนึกสาธารณะ การแยกแยะผลประโยชน์ส่วนตัวและผลประโยชน์ส่วนรวม การมีส่วนร่วมของชุมชน ทักษะกระบวนการคิด จริยธรรมในสังคม หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อป้องกันการทุจริต<br>Corruption, corruption prevention, public awareness, distinction of self-interest and common interest, community participation, critical thinking skills, social morality, sufficiency economy philosophy for preventing corruption. | -รายวิชาใหม่<br>กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>GESH205 นักสืบชุมชน 3(2-2-5)</b><br><b>Community Detective</b><br>ความหมายและความสำคัญของทรัพยากรสารสนเทศท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งทรัพยากรสารสนเทศท้องถิ่น การสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศท้องถิ่น กระบวนการจัดการสารสนเทศท้องถิ่น การบริการและการเผยแพร่สารสนเทศท้องถิ่น<br>Definition and Importance of local Information, local wisdom, local sources information, searching for local information, local                                                                                                         | -รายวิชาใหม่<br>กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์                                                          |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | สาระการปรับปรุง                      |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
|                           | information management process, local Information services and dissemination.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                      |
|                           | <p><b>GESH206 มนุษยชาติ</b> <b>3(3-0-6)</b><br/> <b>Humankind</b><br/>         เผ่าพันธุ์มนุษย์อารยธรรมวิถีชีวิต/วัฒนธรรมความสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างกันของมนุษยชาติ การใช้ชีวิตแบบไม่ตระหนก ทักษะการดำรงชีวิตในสภาวะปกติและสภาวะวิกฤติการควบคุมสภาวะทางอารมณ์ของมนุษย์การเข้าใจปัญหาและการปรับตัวเองเพื่อความอยู่รอดในทุกสถานการณ์</p> <p>Race of Mankind, civilization, way of life/culture, relations and communication between humanity; Living on the basis of ethnic differences, culture and religion; Keeping up with the situation; Awareness; Living skills in normal and critical conditions; Controlling human emotional states; Understanding problems and adjusting itself to survive in every situation.</p>                                                                           | -รายวิชาใหม่<br>กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ |
|                           | <p><b>GESH207 ลับ ลวง หลอก ทางไซเบอร์</b> <b>3(2-2-5)</b><br/> <b>Cyber Security and Confidentiality</b><br/>         ความหมาย ความสำคัญของความปลอดภัยทางเทคโนโลยี ยุคดิจิทัล การใช้สารสนเทศจากสื่อทางเทคโนโลยีอย่างปลอดภัย แนวทางการป้องกันภัยคุกคามในยุคดิจิทัลที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี การวิเคราะห์ และกลั่นกรองข่าวสารจากสื่อทางเทคโนโลยี และการรู้เท่าทันข่าวปลอมในยุคดิจิทัลที่เกิดจากการใช้สื่อเทคโนโลยี จึงจำเป็นต้องมีความรู้ และทักษะเหล่านี้เพื่อให้อยู่รอดโดยไม่ตกเป็นเหยื่อทางอาชญากรรมทางอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>Precise definition and considerable importance of digital technology security, reasonable use of information, ways to prevent threats in the digital age caused by the usage of technology. Content analysis and preventive screening of information from technological</p> | -รายวิชาใหม่<br>กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | สาระการปรับปรุง                      |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
|                           | media and knowing about fake news in the digital age caused by the use of technology media. It is necessary to genuinely have these knowledge and necessary skills to survive without being a victim of electronic crime.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                      |
|                           | <p><b>GESH208 นวัตกรรมทำเองได้ 3(2-2-5)</b><br/> <b>Do it yourself Innovations</b></p> <p>การคิดแบบสร้างสรรค์ ประเภท รูปแบบและองค์ความรู้ของ นวัตกรรมและเทคโนโลยี กระบวนการออกแบบและสร้างนวัตกรรมด้วยตัวเองจาก วัสดุเหลือใช้หรือวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น การทดสอบนวัตกรรม การประยุกต์ใช้ นวัตกรรมกับงานชุมชนในท้องถิ่น งานอาชีพและชีวิตประจำวัน ตลอดจนกลยุทธ์ การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีออกสู่ตลาดเพื่อการพาณิชย์</p> <p>Creative thinking, knowledge, the model of innovation and technology, process design and creative innovation by myself from waste materials or easy to find materials in local, innovation testing and innovation application for community, careers, and daily life as well as strategic management and technology for commercial.</p> | -รายวิชาใหม่<br>กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ |
|                           | <p><b>GESH209 วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นสมัยใหม่ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Local Culture and Modern Identity</b></p> <p>ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ ศิลปะและวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม และอัตลักษณ์ท้องถิ่นตามแหล่งการเรียนรู้ของ ชุมชน</p> <p>History, belief, arts and culture, tradition, wisdom, arts environment and local identity from the community learning center.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -รายวิชาใหม่<br>กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                | สาระการปรับปรุง                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>GEH0404 พฤติกรรมมนุษย์และการพัฒนาตน 3(3-0-6)</b><br/> <b>Human Behavior and Self Development</b><br/>           การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์การเข้าใจตนเองและผู้อื่น การพัฒนาตน ด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม มีวินัยในตนเอง มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีทักษะชีวิต สำนึกในความเป็นพลเมืองไทย สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลใน พหุวัฒนธรรม เพื่อการอยู่ร่วมกัน การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและมีความสุข</p> <p>The study of human behaviors, self-realization and self development, physical, mental, emotional and social Self-discipline, self and social responsibility with public mind, life-skills, awareness of Thainess, good relation in multicultural societies in order to work together efficiently and happily.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | -                                                                                                                  |
| <p><b>GEH0408 เรียนรู้คุณธรรมนำชีวิตพอเพียง 3(3-0-6)</b><br/> <b>Moral Principles Leading to self Sufficiency</b><br/>           ความหมายและคุณค่าของชีวิตหลักธรรมในการดำรงชีวิต การฝึกสติ สมาธิ การสร้างศรัทธาและปัญญา การนำหลักธรรมมาใช้ในการป้องกัน แก้ปัญหา และการพัฒนาตนเอง ครอบครองและสังคม หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p>Meaning of life, religious teachings for the wellness of life, mindedness and concentration, application of Self-Sufficiency principles in life.</p>                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | -                                                                                                                  |
| <p><b>GEH0401 วิถีลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 3(3-0-6)</b><br/> <b>Songkhla Lake Basin Living</b><br/>           ประวัติความเป็นมา ลักษณะทางกายภาพ ระบบนิเวศ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต เศรษฐกิจพอเพียง และโครงการพระราชดำริ รวมทั้งสร้างจิตสาธารณะ ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมและหน้าที่พลเมือง</p> <p>History, physical characteristics, ecology, society, economy, cultures, and ways of life of Songkhla lake. Sufficiency economy and</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p><b>GESS302 ท้องถิ่นของเรา 3(3-0-6)</b><br/> <b>Our Local</b><br/>           ประวัติความเป็นมา ลักษณะทางกายภาพ ระบบนิเวศ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและหรือจังหวัดสตูล เศรษฐกิจพอเพียงและโครงการพระราชดำริ การสร้างจิตสาธารณะส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและหน้าที่พลเมือง</p> | <p>-นำรายวิชาวิถีลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาบูรณาการใหม่ เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจและเรียนรู้พื้นที่ลุ่มน้ำ</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | สาระการปรับปรุง                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Royal Project. Educate students to have public mind, virtues, ethics, and civic duties.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Study Songkhla and Satun in terms of history, physical features, characteristics, ecology, society, economy, cultures, and ways of life of people around Songkhla Lake and in Satun. Sufficiency economy, royal projects, public mind enhancing virtues, ethics and civic duties are also focused.                                                                                                                                                    | ทะเลสาบสงขลา สตูล เพิ่มขึ้น                                                                            |
| <b>GEH0405 มนุษย์กับการเปลี่ยนแปลง 3(3-0-6)</b><br><b>Man and Changing World</b><br>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโลกและมนุษย์ โลกทัศน์ในการติดตามการเปลี่ยนแปลงของโลก เน้นความเป็นไทยและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย แนวคิดและกิจกรรม จิตสาธารณะ การดำเนินชีวิตบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง<br>General knowledge about human and the world he lives in, visions for the changing world emphasizing Thainess, ways of thinking and public minded activities based on the sufficiency economy philosophy.                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | -                                                                                                      |
| <b>GEH0407 กฎหมายพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิต 3(3-0-6)</b><br><b>Fundamental Law for Quality of Life</b><br>วิวัฒนาการของกฎหมาย สิทธิมนุษยชน รัฐธรรมนูญและสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ รวมทั้งศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตของนักศึกษา และเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมด้านการป้องกันการทุจริต<br>Evolution of the Law, human rights, constitutional Law and fundamental rights, emphasizing, on Laws related to student Life, and educate students to have virtue, morality, and corruption prevention. | <b>GESS306 กฎหมายกับการสร้างความเป็นพลเมืองที่ดี 3(3-0-6)</b><br><b>Laws and Creating Good Citizenship</b><br>ศึกษาวิวัฒนาการของกฎหมาย สิทธิมนุษยชน รัฐธรรมนูญและสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ และการสร้างเสริมคุณธรรมจริยธรรมด้านการป้องกันการทุจริต<br>Evolution of law, human rights, constitutional law and fundamental rights based on the constitution. Enhance learners to have virtues and morality in order to prevent corruption. | -เปลี่ยนรหัสวิชา<br>ชื่อวิชา กลุ่มวิชา และ<br>มีการปรับคำอธิบาย<br>รายวิชาให้มีความ<br>เหมาะสมยิ่งขึ้น |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | สาระการปรับปรุง                                                                                                            |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                           | and personal development; conflict resolution; holistic; thinking skills and holistic system thinking; public mind; life skills in the 21 <sup>st</sup> century; study-life balance, good life and happiness.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                            |
|                           | <p><b>GESS301 การใช้ชีวิตในสังคมสมัยใหม่ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Living in Modern Society</b><br/>           แนวความคิด รูปแบบ ทักษะในการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบัน การปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี ต่อต้านทุจริต จิตสาธารณะ การแก้ไขสถานการณ์ ตระหนักถึงการดำเนินชีวิตในสังคมสมัยใหม่ แนวทางการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน การปรับตัวเข้ากับสังคมสมัยใหม่และสถานการณ์ทางสังคม</p> <p>Concepts, values of life, life skills in current societies, behaviors as a good citizen, anti-corruption, public mind, problem-solving skills, and the awareness of living in modern societies. Introduce practical guidelines in everyday life and self-adaptation in modern societies and social situations.</p>                                                                            | -เพิ่มรายวิชานี้เพื่อให้ นักศึกษาได้รับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบัน                              |
|                           | <p><b>GESS304 ศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 3(2-2-5)</b><br/> <b>The King's Philosophy for Sustainable Development</b><br/>           หลักการ แนวคิดพระราโชบายของพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 10 ความหมาย หลักคิด หลักวิชา และหลักปฏิบัติของศาสตร์พระราชาจากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ รัชกาลที่ 9 หลักวิธีการเข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักการทรงงาน 23 ข้อ การบูรณาการเพื่อประยุกต์ใช้จากตัวอย่างวิชา “9 หน้าจากศาสตร์พระราชา” โดยการปฏิบัติภาคสนามเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น</p> <p>The King's philosophy for sustainable development focusing on the study of the principles based on the royal policy of King Rama X (His Majesty King MahaVajiralongkorn Bodindradebayavarangkun). Meaning, principles, theories and practices</p> | -เพิ่มรายวิชานี้เพื่อให้ นักศึกษาได้รับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการแนวคิด หลักปฏิบัติตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | สาระการปรับปรุง                                                                                                                         |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                           | age, the use of digital device and online applications, information searching and applying and business are also focused in order to know self-protect in the digital world.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                         |
|                           | <b>GESC402 โปรแกรมประยุกต์สำนักงานอัตโนมัติ 3(2-2-5)</b><br><b>Office Automations</b><br>ความรู้เกี่ยวกับสำนักงานอัตโนมัติ การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในสำนักงาน การใช้โปรแกรมประมวลผลคำเพื่อจัดการงานเอกสาร การใช้โปรแกรมตารางคำนวณอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการทำงาน โปรแกรม นำเสนอ โปรแกรมสื่อสารในสำนักงาน โปรแกรมประยุกต์บนคลาวด์<br>Office automation content and apply computer skills to the office work by using word processing program to manage documents, spreadsheet program for work, presentation program, communication program in the office, and cloud applications for information storage. | -เพิ่มรายวิชานี้เพื่อให้<br>นักศึกษาได้รับความรู้<br>ความเข้าใจ เกี่ยวกับ<br>การ ประยุกต์ ใช้<br>คอมพิวเตอร์เพื่อการ<br>ทำงานในอนาคตได้ |
|                           | <b>GESC404 สุขภาพทันสมัย 3(2-2-5)</b><br><b>Modern Health</b><br>ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ ความเครียดและการจัดการความเครียด ความปลอดภัยทางสุขภาพ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหาร การบริโภคอาหาร การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ<br>Health knowledge, stress sand stress management, health safety, the fundamental knowledge of food, food consumption and exercise.                                                                                                                                                                                                                                               | -เพิ่มรายวิชานี้เพื่อให้<br>นักศึกษาได้รับความรู้<br>ความเข้าใจในการ<br>ดูแลสุขภาพเพื่อให้มี<br>คุณภาพชีวิตที่ดี                        |
|                           | <b>GESC405 นักค้นคว้าข้อมูล 3(2-2-5)</b><br><b>Information Explorers</b><br>การใช้เทคโนโลยีเพื่อสืบค้นสารสนเทศ โดยใช้ Database Searching, OPAC และการจัดการข้อมูลโดยใช้ Google Application และ Application อื่น ๆ ในการจัดการข้อมูล การเขียนบรรณานุกรม ทักษะการใช้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -เพิ่มรายวิชานี้เพื่อให้<br>นักศึกษาได้รับความรู้<br>ความเข้าใจในการใช้<br>เทคโนโลยีเพื่อการ<br>สืบค้น และทักษะการ                      |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                      | สาระการปรับปรุง |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | instruments, online business media designs, online business data analysis and online business logistic systems. |                 |
| <b>GES0702 การดูแลสุขภาพแบบบูรณาการ 3(2-2-5)</b><br><b>Integrated Health Care</b><br>ความหมายและองค์ประกอบของสุขภาพ การดูแลสุขภาพแบบบูรณาการด้านอาหาร การออกกำลังกาย และการจัดการความเครียด เพื่อการมีคุณภาพชีวิต ที่ดีตลอดจนการแก้ไขความเชื่อที่ผิดทางด้านสุขภาพ<br>Definition and composition of wellness, integrated health care exercises and stress management, improvement of the quality of life and right views of wellness. |                                                                                                                 | -               |
| <b>GES0501 วิเคราะห์การคิด 3(2-2-5)</b><br><b>Thinking Analysis</b><br>กระบวนการคิด วิธีคิด คณิตศาสตร์เพื่อการตัดสินใจ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล<br>Thinking process, ways of thinking, Mathematics decision making, information technology for data analysis and presentation.                                                                                                                              |                                                                                                                 | -               |
| <b>GES0503 ชีวิตกับเทคโนโลยี 3(2-2-5)</b><br><b>Life and Technology</b><br>เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ผลกระทบจากเทคโนโลยี ความมั่นคง จริยธรรม และกฎหมายคอมพิวเตอร์<br>Technology in daily life, technology effects, security, ethics and computer laws.                                                                                                                                                                                |                                                                                                                 | -               |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | สาระการปรับปรุง                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GES0701 อาหารและโภชนาการเบื้องต้น 3(3-0-6)</b><br><b>Introduction to Food and Nutrition</b><br>อาหารและโภชนาการ ความต้องการพลังงานและสารอาหารของร่างกาย ภาวะโภชนาการ การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี สภาวะอาหารและโภชนาการในปัจจุบัน<br>Food and nutrition, nutrient requirements, nutritional status, food consumption for wellness, situation of food and nutrition.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | -                                                                             |
| <b>GES0502 ชีวิตกับสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)</b><br><b>Life and Environment</b><br>ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและมลพิษสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน รวมถึงการอนุรักษ์และเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการป้องกันและควบคุมมลพิษ ความสัมพันธ์ระหว่างพลังงานกับการดำรงชีวิตหลักการอนุรักษ์พลังงานการศึกษาวิทยาศาสตร์โลกทั้งระบบในสภาพธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติและภัยพิบัติทางธรรมชาติเพื่อนำไปสู่แนวทางการวิเคราะห์สังเคราะห์เชื่อมโยงไปใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตจริง<br>Knowledge of environment in daily life, environmental preservation and technologies for the prevention and control of pollution, relations between energy and life, principle of energy conservation, World and Nature System, environmental changes and natural disasters, environmental solutions in real life. | <b>GES0403 ชีวิตยุคใหม่กับสิ่งแวดล้อม 3(2-2-5)</b><br><b>Modern Lifestyle and Environment</b><br>การประยุกต์ความรู้เบื้องต้นด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และภัยพิบัติ เพื่อสร้างความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการจัดการภัยพิบัติ ให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตยุคใหม่<br>Apply the fundamental knowledge of science and technology to analyze the situations of natural resources, environments and disasters to raise responsibility awareness for natural resources, and environments, including natural resource conservation and disaster management to be in accordance with modern lifestyles. | -เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา และมีการปรับคำอธิบายรายวิชาให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น |
| <b>GES0601 นวัตกรรมเกษตร 3(3-0-6)</b><br><b>Agriculture for Life</b><br>การเกษตรในชีวิตประจำวัน เกษตรเพื่อนันทนาการ เกษตรปลอดภัย และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเกษตร<br>Agriculture in daily life, agriculture for recreation, safe agriculture, revolution in agricultural technology.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>GES0407 นวัตกรรมเกษตร 3(2-2-5)</b><br><b>Agriculture Innovation</b><br>ความสำคัญของการเกษตรในชีวิตประจำวัน ธุรกิจเกษตรเบื้องต้น เกษตรทางเลือกและความหลากหลายทางชีวภาพในระบบการเกษตร เกษตรเพื่อนันทนาการ เกษตรปลอดภัยและการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเกษตรและนวัตกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | -เปลี่ยนรหัสวิชา ชื่อวิชา และมีการปรับคำอธิบายรายวิชาให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น |



ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
หลักสูตรปรับปรุงพ.ศ.2559 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | สาระการปรับปรุง                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>1552601 ภาษาอังกฤษเพื่อบริบททางธุรกิจ 3(3-0-6)</b><br/> <b>English for Business Contexts</b><br/>                     ฝึกทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในสถานการณ์ที่หลากหลาย เช่น การโทรศัพท์ การนัดหมาย การตอบข้อร้องเรียน รวมทั้งการโต้ตอบเอกสารทางธุรกิจ<br/>                     Practice communicative English in various business situations such as telephoning, making appointment, dealing with complaints and business correspondences.</p>                                                        | <p><b>3501204 ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจ 3(3-0-6)</b><br/> <b>English for Business</b><br/>                     ฝึกทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ เช่น การสื่อสารทางการโทรศัพท์ การนัดหมาย การสอบถามและให้ข้อมูล รวมทั้งการโต้ตอบเอกสารทางธุรกิจในรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ<br/>                     Practice English communication for business in various contexts such as telephoning, making appointment, asking and giving information, dealing with formal and informal business correspondences.</p>                                                                                                                        | <p>- ปรับรายวิชาเพื่อความทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน</p> |
| <p><b>3502206 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Business Law</b><br/>                     กฎหมายเกี่ยวกับการจัดองค์กรธุรกิจ กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยบุคคล นิติกรรม เอกเทศสัญญา กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน และ กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ<br/>                     Business law concerning organization establishment, civil and commercial law on person, legal acts and specific contracts, financial instruments law and intellectual property law about business.</p> | <p><b>3502207 กฎหมายธุรกิจ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Business Law</b><br/>                     กฎหมายเกี่ยวกับการจัดองค์กรธุรกิจ บุคคล นิติกรรม สัญญาทางธุรกิจ หลักประกันทางธุรกิจ ภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายเกี่ยวกับตราสารทางการเงิน กฎหมายเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการระงับข้อพิพาททางธุรกิจ<br/>                     Laws regarding organization of business entities, individuals, juristic acts business contracts, business collateral, business-related taxes, intellectual property laws, financial instruments law, Electronic commerce laws and business dispute resolution.</p> | <p>- ปรับรายวิชาเพื่อความทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | สาระการปรับปรุง                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>3541102 หลักการตลาด 3(3-0-6)</b><br/> <b>Principles of Marketing</b><br/>           แนวคิดพื้นฐานและหน้าที่ทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาดระบบสารสนเทศทางการตลาด และการวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณทางการตลาด</p> <p>Basic concepts and marketing functions, marketing environment, market information systems and marketing research, consumer behavior, market segmentation, targeting and positioning, product, price, place and promotion, social and environment marketing and marketing ethics.</p>                          | <p><b>3541103 หลักการตลาด 3(3-0-6)</b><br/> <b>Principles of Marketing</b><br/>           แนวคิดพื้นฐานและหน้าที่ทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด และการวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด การตลาดดิจิทัล การตลาดเพื่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด</p> <p>Basic concepts and marketing functions, marketing environments, marketing information system and marketing research, consumer behaviors, market segmentations, target market determinations and product positioning, marketing mix, digital marketing, marketing for societies, and marketing ethics</p> | <p>- ปรับรหัสวิชา<br/>           - ปรับคำอธิบายรายวิชาให้สอดคล้องกับร่าง มคอ.1 และคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ</p> |
| <p><b>3561102 องค์การและการจัดการสมัยใหม่ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Organization and Modern Management</b><br/>           แนวคิด ทฤษฎีขององค์การ ประเภทขององค์การ สภาพแวดล้อมทางการจัดการองค์การ หน้าที่และกระบวนการในการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ ภาวะผู้นำ และการควบคุม การจูงใจ การติดต่อสื่อสารในองค์การ เทคนิคการจัดการสมัยใหม่ จริยธรรมในการจัดการองค์การ</p> <p>Concept of organization, organization theories, types, organization management environment, function and process in management, planning, organizing, staffing, leading, controlling, motivation, communication in organization, technique in modern management and ethics in organization management.</p> | <p><b>3561103 ผู้ประกอบการกับการจัดการสมัยใหม่ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Entrepreneurship with modern management</b><br/>           คุณสมบัติและประเภทผู้ประกอบการ แนวคิดและวิวัฒนาการทางการจัดการและองค์การสภาพแวดล้อมในองค์การธุรกิจ จริยธรรมในการจัดการธุรกิจสากล หน้าที่และกระบวนการในการจัดการ แนวคิดการเปลี่ยนแปลงในองค์การ และเครื่องมือในการบริหารจัดการ องค์การธุรกิจ</p> <p>Qualification and type of entrepreneur, concepts and evolution of management and organization, The business environment, Ethics in global business management, Management duties and processes, Concept of organizational change, and business management tools.</p>                    | <p>- ปรับรายวิชาเพื่อความทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน</p>                                   |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | สาระการปรับปรุง                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| <p>3563102 การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน 3(3-0-6)<br/> <b>Production and Operation Management</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3632101 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ</b><br/>           บทบาทและหน้าที่ของการผลิตและการดำเนินงาน การพยากรณ์ทางธุรกิจ การวางแผน การควบคุมการผลิตสินค้าและบริการ การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการการผลิต การจัดการสินค้าคงเหลือ การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผังสถานประกอบการ การจัดการคุณภาพ การจัดการซัพพลายเชน เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการดำเนินงาน</p> <p>Role and function of production and operations. Business forecasting, planning, production controlling of products and services, product design and manufacturing processes, Inventory management, location analysis, layout of the establishment quality management, Supply chain management, production and operation technology.</p> | <p>3563104 การบริหารการผลิตและการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ 3(2-2-5)<br/> <b>Production and Operation Management for Entrepreneur</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3632302 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ</b><br/> <b>Pre-requisite : 3632302 Statistic and Quantitative Analysis</b><br/>           บทบาทและหน้าที่ของการผลิตและการดำเนินงาน การพยากรณ์ทางธุรกิจ การวางแผน การควบคุมการผลิตสินค้าและบริการ การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการการผลิต การจัดการสินค้าคงเหลือ การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผังสถานประกอบการ การจัดการคุณภาพ การจัดการซัพพลายเชน เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ</p> <p>Role and function of production and operations. Business forecasting, planning, production controlling of products and services, product design and manufacturing processes, Inventory management, location analysis, layout of the establishment quality management, Supply chain management, new technology related to production and operation for entrepreneur.</p> | <p>- ปรับรายวิชาเพื่อความทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | สาระการปรับปรุง                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>3601111 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Human Resource Management</b><br/>           แนวคิด ทฤษฎี และระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งบุคลากร การดูแลรักษาและพัฒนา ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพการเป็นพนักงาน แรงงานสัมพันธ์ กฎหมายแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และจรรยาบรรณในการจัดการทรัพยากรมนุษย์</p> <p>Concepts, theories and systems of human resource management (HRM), human resource management process; recruitment, retention and retirement, Labor relation and labor law, occupational health and safety, Leadership and teamwork, HRM in changing environment, and ethics in HRM.</p>                                 | <p><b>3601001 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Human Resource Management</b><br/>           แนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินการปฏิบัติงาน การให้ประโยชน์ตอบแทน แรงงานสัมพันธ์ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการสร้างความรู้คู่กับพันธกิจ</p> <p>Concepts of human resource management, job analysis, human resource planning, recruitment and selection, training and development, performance appraisal, compensation and benefits, employee relations, Human resource information system and employee engagement</p> | <p>-ปรับรายวิชาเพื่อความทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน</p> |
| <p><b>3611201 การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์ 3(2-2-5)</b><br/> <b>Business Management with Computer</b><br/>           ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์ต่อพ่วง บทบาทและความสำคัญของระบบคอมพิวเตอร์ต่อการจัดการธุรกิจในยุคปัจจุบัน การนำระบบคอมพิวเตอร์มาเป็นเครื่องมือเพื่อการจัดการงานด้านต่างๆ ของธุรกิจ การใช้โปรแกรมประยุกต์ในการจัดการธุรกิจ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสืบค้นข้อมูลและสารสนเทศเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ และจริยธรรมในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์</p> <p>Hardware, software and peripherals; roles and importances of computer system and their relevance to businesses nowadays; using appropriate computer system as a tool for management; use of application software for supporting business; electronic business and electronic commerce;</p> | <p><b>3612201 โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ 3(2-2-5)</b><br/> <b>Business Computer Application</b><br/>           ทักษะการใช้งานซอฟต์แวร์ที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ พื้นฐานระบบคอมพิวเตอร์และระบบปฏิบัติการ การใช้ซอฟต์แวร์ประมวลผลคำ ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณ ซอฟต์แวร์สำหรับการนำเสนอ การใช้งานแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่สำหรับธุรกิจ และจริยธรรมในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์</p> <p>Skills in applying essential software for business fundamental of computer system and operating system, word processing, spreadsheets and presentation. Using mobile application for business. Ethics in using computer systems.</p>                           | <p>-ปรับรายวิชาเพื่อความทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้ในสถานการณ์</p>         |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | สาระการปรับปรุง                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| acquiring data and information in order to gain the business benefits; computer ethics.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                     |
| <b>3631111 เศรษฐศาสตร์เพื่อธุรกิจ 3(3-0-6)</b><br><b>Economics for Business</b><br>ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภคและอุปสงค์ พฤติกรรมผู้ผลิต ต้นทุนการผลิตและอุปทาน ตลาดและการกำหนดราคา การค้าระหว่างประเทศ เครื่องชี้สภาพเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน และนโยบายการคลัง<br>Economic theory, consumer behavior and demand, manufacturer behavior, manufacturing and supply, market and pricing, international trade, economic indicators, monetary policy and fiscal policy.                       | <b>3631112 เศรษฐศาสตร์เพื่อธุรกิจ 3(3-0-6)</b><br><b>Economics for Business</b><br>แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์สำหรับการตัดสินใจทางธุรกิจและการพยากรณ์ธุรกิจ การวางแผนงบประมาณและกำไร การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เครื่องชี้สภาพเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน การคลัง การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจมหภาคที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ<br>Economic concepts for business decision making and business forecasting, budget and profit planning, application of Sufficiency Economy Philosophy, economic indicators, fiscal policy and monetary policy, the effect of macroeconomics situation change to the business. | -เพื่อปรับให้สอดคล้องกับการนำทฤษฎีไปใช้ในทางธุรกิจมากขึ้น           |
| <b>3632101 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(2-2-5)</b><br><b>Statistics and Quantitative Analysis</b><br>สถิติพรรณนา สถิติอนุมานและการประยุกต์ใช้สถิติในการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจ ทฤษฎีการตัดสินใจ การโปรแกรมเชิงเส้น ตัวแบบการขนส่งและการวิเคราะห์ข่ายงาน การจำลองสถานการณ์<br>Descriptive statistics, inferential statistics, the application of statistics in planning and decision making, decision theory, linear programming, transportation model and network analysis and simulation. | <b>3632302 สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ 3(2-2-5)</b><br><b>Statistics and Quantitative Analysis</b><br>สถิติพรรณนา สถิติอนุมานและการประยุกต์ใช้สถิติในการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจ ตัวแบบการตัดสินใจ การโปรแกรมเชิงเส้น ตัวแบบการขนส่งและการวิเคราะห์ข่ายงาน การจำลองสถานการณ์ และการประยุกต์ใช้โปรแกรม<br>Descriptive statistics, inferential statistics, the application of statistics in planning and decision making, decision theory, linear programming, transportation model and network analysis and simulation and apply for statistical programs.                                                | -ปรับรายวิชาเพื่อความทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | สาระการปรับปรุง                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>3641701 การบัญชีขั้นต้น 3(2-2-5)</b><br/> <b>Principles of Accounting</b><br/>           ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญ การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน ความรู้เกี่ยวกับหลักการและวิธีการบัญชีเบื้องต้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและการรายงานทางการเงิน รวมถึงจรรยาบรรณทางด้านบัญชี</p> <p>Meaning, objective and importance of the use of accounting information; conceptual framework for financial reporting; knowledge of the principles and procedures of accounting standards, and financial reporting; accounting professional ethics.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p><b>3641113 การบัญชีธุรกิจ 3(2-2-5)</b><br/> <b>Business Accounting</b><br/>           ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญของการจัดทำบัญชีในธุรกิจ การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี ความรู้เกี่ยวกับหลักการและวิธีการบัญชีเบื้องต้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและองค์ประกอบของงบการเงิน</p> <p>Meaning, objective importance of accounting preparation in business the use of accounting information; knowledge of the principles and procedures of financial reporting standards, and elements of financial statements</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>-ปรับรายวิชาเพื่อความทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน</p> |
| <p><b>3642702 การเงินธุรกิจ 3(2-2-5)</b><br/> <b>Business Finance</b><br/>           รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน: 3641701 การบัญชีขั้นต้น<br/>           ขอบเขต ลักษณะ บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายการเงินในธุรกิจ เป้าหมายในการบริหารงานการเงิน โดยศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์งบการเงิน การวางแผนและพยากรณ์ทางการเงิน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน งบประมาณเงินสด มูลค่าเงินตามเวลา การงบประมาณเงินทุน แหล่งเงินทุน ต้นทุนของเงินทุนและโครงสร้างเงินทุน นโยบายการจ่ายเงินปันผล และจริยธรรมทางการเงิน</p> <p>Scope, nature, role and responsibilities of financial department in the business, financial management objective, Financial statement analysis, financial planning and forecasting, working capital management, cash budget, time value of money, capital budgeting, source of fund, cost of fund and capital structure, dividend policy and financial ethics.</p> | <p><b>3641114 การเงินธุรกิจ 3(2-2-5)</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3641113 การบัญชีธุรกิจ</b><br/> <b>Pre-requisite : 3641113 Business Accounting</b><br/>           การวิเคราะห์งบการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน และการวางแผนทางการเงิน การบริหารเงินสด การบริหารเงินทุนหมุนเวียน มูลค่าเงินตามเวลา การวิเคราะห์งบเงินทุน แหล่งเงินทุน ตลาดการเงินและตลาดทุน โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนเงินทุนทางการเงินเพื่อการตัดสินใจลงทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร</p> <p>Financial statement analysis, financial forecast, cash management and financial planning, working capital management, the time value of money, the analysis of capital budgeting, sources of fund, money market and capital market, capital structure and costs of capital for investment decisions cost volume profit analysis.</p> | <p>-ปรับรายวิชาเพื่อความทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน</p> |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3542106 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)</p> <p>Consumer Behavior</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในบุคคล และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค และการคำนึงถึงจรรยาบรรณทางการตลาด</p> <p>Concepts and theories of consumer behavior for the purchase decision under the influences of external and internal factors to define marketing strategy, decision making process, trends of consumer behavior and marketing ethics</p> | <p>3542109 พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)</p> <p>Consumer Behavior</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>หลักการ และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และจรรยาบรรณทางการตลาดต่อผู้บริโภค</p> <p>Principles and theories of consumer behaviors, analysis of internal and external factors influencing consumers' purchasing decisions, applications of consumer behavior knowledge to marketing mix determinations, changes of consumer behaviors in the digital era, and marketing ethic towards consumers</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3542108 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)</p> <p>Product and Price Policies</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบของผู้บริหารผลิตภัณฑ์ แนวคิดการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา วัตถุประสงค์ ในการกำหนดราคา การกำหนดราคา การใช้ราคาเป็นเครื่องมือสำหรับกลยุทธ์การตลาด</p> <p>Roles, functions and responsibility of product manager, concept of product mix management, brand, brand equity, product positioning, product life cycle strategy, new product development, impact of marketing environment on product and price policies, pricing objectives, pricing, and price as the tool in marketing strategy</p> | <p>3542110 นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)</p> <p>Product and Price policies</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>บทบาทของผลิตภัณฑ์ และราคาในการบริหารการตลาด ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การพัฒนาตลาดเป้าหมาย การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าเอกลักษณ์ของตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นโยบายราคา วิธีการกำหนดราคา จริยธรรมในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา</p> <p>Roles of products and prices in marketing management, environmental factors affecting determinations of product and price policies, target market development, decision-making to product mix, product brands, product brand values, product positioning. strategies of product life cycles, product development, pricing policies, pricing methods, ethics in products and pricing policie</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | สาระการปรับปรุง                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3542303 การจัดการช่องทางการตลาด 3(3-0-6)</p> <p>Marketing Channels Management</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับช่องทางการตลาด สภาพแวดล้อมของช่องทางการตลาด กลยุทธ์ช่องทางการตลาด กลยุทธ์ช่องทางการตลาด สถาบันคนกลางในช่องทางการตลาด การค้าส่ง การค้าปลีก ช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การกระจายสินค้า พันธมิตรในช่องทางการตลาด</p> <p>Fundamentals of marketing channels, environment of marketing channels, marketing channels strategy, middleman in marketing channels, wholesaling, retailing, electronics marketing, merchandise distributions and marketing channel alliance</p> | <p>3542312 การจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์ 3(3-0-6)</p> <p>Marketing channels and Logistics Management</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิดในการจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์ สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อช่องทางการตลาด การวางแผนโครงสร้างช่องทางการตลาด บทบาทและประเภทของคนกลาง การค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ การบริหารการจัดจำหน่ายแบบเชื่อมโยง การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารคำสั่งซื้อ ศูนย์กระจายสินค้า คลังสินค้า การบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และการจัดส่งเทคโนโลยีสารสนเทศในการกระจายสินค้า จริยธรรมในการจัดการช่องทางการตลาด</p> <p>Concepts of managing the marketing channels and logistics, environments leading to marketing channels, planning of marketing channel structures, roles and types of intermediaries, modern retail and wholesale, interconnected distribution management, supply chain management, purchase order management, product distribution centers, warehouses, product packaging for logistics, and delivery of information technology in product distributions, ethics in marketing channels management</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับชื่อวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | สาระการปรับปรุง                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543102 การบริหารการตลาด 3(3-0-6)</p> <p>Marketing Management</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>ความสำคัญของการบริหารการตลาด บทบาท หน้าที่ของ<br/>ผู้บริหารการตลาด แนวความคิดการบริหารการตลาด การวิเคราะห์<br/>สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวัดและ<br/>การพยากรณ์ตลาด การตลาดเป้าหมาย การวางแผนการตลาดโดยกำหนด<br/>กลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริม<br/>การตลาด การประเมินผล และการควบคุมทางการตลาด</p> <p>Importance of marketing management, roles,<br/>functions of marketing executives, marketing management<br/>concepts, marketing environment analysis, consumer behavior<br/>analysis, measurement and forecast marketing , targeting,<br/>marketing planning by using strategies of product, price, place,<br/>promotion, and marketing evaluation and contro</p> | <p>3543107 การวางแผนการตลาด 3(2-2-5)</p> <p>Marketing Planning</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิดและความสำคัญของการวางแผนการตลาด การ<br/>วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การแข่งขันความก้าวหน้าทาง<br/>เทคโนโลยีเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และ<br/>สินค้า การพัฒนา รูปแบบแผนการตลาดประกอบด้วย การวิเคราะห์<br/>สภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอก การกำหนดตลาด การเลือกตลาด<br/>เป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วน<br/>ประสมทางการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาด การกำหนดยอดขายตาม<br/>ระยะเวลา การกำหนดงบประมาณแผนการตลาด การวางแผนการ<br/>ปฏิบัติทางการตลาด วิธีการเขียน การนำเสนอกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องและ<br/>การฝึกปฏิบัติการวางแผนการตลาดภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน</p> <p>Concepts and importance of marketing planning,<br/>marketing environment analysis, technological advancement<br/>competitions complied with market situations, product and<br/>goods life cycles, development of marketing planning models<br/>consisting of the internal and external marketing environment<br/>analysis, marketing mix strategies, target market decisions, and<br/>product positioning, strategy designs of marketing mix,<br/>marketing strategies, sales determinations for a certain period<br/>of time, specifications of marketing plan budget, marketing<br/>operation planning, writing procedures of marketing operation<br/>plans,presentations of related case studies and practice of<br/>marketing planning using current marketing issues</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับชื่อวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง<br/>ทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | สาระการปรับปรุง                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543110 การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 3(3-0-6)</p> <p>Community Product Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>ลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชน การทำแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษาแนวคิด เศรษฐกิจ พอเพียง มาพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในทางการตลาดและจริยธรรมทางการตลาด</p> <p>Characteristics of community, marketing planning, marketing strategy of community products, application of the case studies of the sufficiency economy concepts to marketing, and marketing ethics</p> | <p>3543116 การตลาดผู้ประกอบการท้องถิ่น 3(2-2-5)</p> <p>Local Entrepreneur Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ ประเภทของผู้ประกอบการท้องถิ่น การสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน การสร้างความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน เทคนิคในการทำตลาดท้องถิ่นการวิเคราะห์คู่แข่ง การใช้ เทคโนโลยี ในการจัดการธุรกิจท้องถิ่น การประยุกต์ใช้แนวคิด เศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้ทฤษฎีทาง การตลาดเข้าไปแก้ปัญหาตามสถานการณ์ ลงพื้นที่เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเตรียมการนำเสนอโครงการการตลาด</p> <p>Entrepreneurship concepts, local operator types, processes of gaining advantages in marketing competitions, supply chain relationships, marketing techniques in local business, competitor analysis, technology in local marketing management, applications of the sufficiency economy concepts emphasizing on marketing theories to solve situational problems, a marketing project based on real data collection and data analysis</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับชื่อวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | สาระการปรับปรุง                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>3543111 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)</b><br/> <b>Electronics Marketing</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</b><br/>           แนวคิดและความสำคัญของตลาดอิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบ<br/>           ทางการตลาดส่วนประสมทางการตลาด เครื่องมือทางการตลาด<br/>           อิเล็กทรอนิกส์ การวางแผนการตลาดสำหรับตลาดผู้บริโภคและตลาด<br/>           ธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายและ<br/>           จริยธรรมทางอิเล็กทรอนิกส์<br/>           Concepts and importance of the electronics<br/>           marketing, marketing patterns, marketing mix patterns,<br/>           component of electronic marketing, electronic marketing tools,<br/>           consumer and business marketing plans, influential factors<br/>           affecting the electronics business operation, laws and ethics<br/>           concerning with electronics work</p> | <p><b>3543115 การตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)</b><br/> <b>Digital Marketing</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</b><br/>           แนวคิด บทบาท ความสำคัญของการตลาดดิจิทัลในยุค<br/>           ปัจจุบัน การสร้างเครื่องมือการตลาด social media marketing และ<br/>           การบริการ การจัดจำหน่ายแบบเชื่อมโยง การประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล<br/>           กับกลยุทธ์การตลาด กฎหมายและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการตลาด<br/>           ดิจิทัล<br/>           Concepts, roles and importance of updated digital<br/>           marketing, marketing platform creations named “social media<br/>           marketing” and services, interconnected distributions, digital<br/>           technology applications to marketing strategies, laws and ethics<br/>           in digital marketing</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา<br/>           -ปรับชื่อวิชา<br/>           -ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง<br/>           ทางการตลาด</p> |
| <p><b>3543601 การวิจัยการตลาด 1 2(1-2-3)</b><br/> <b>Marketing Research I</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</b><br/>           ความหมาย บทบาท ความสำคัญ ประโยชน์ของการวิจัย<br/>           การตลาด จรรยาบรรณของนักวิจัย ลักษณะและขอบเขตเนื้อหาการวิจัย<br/>           ด้านการตลาด กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินการวิจัย การกำหนด<br/>           วัตถุประสงค์ในการวิจัย การตั้งสมมติฐาน ตัวแปร กำหนดกรอบ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p><b>3543603 การวิจัยตลาด 3(2-2-5)</b><br/> <b>Marketing Research</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b><br/>           ความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการวิจัย การกำหนด<br/>           ปัญหาการวิจัย การออกแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล<br/>           การประมวลผล ข้อมูลการวิเคราะห์และการตีความข้อมูล การจัดทำ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>-ปรับรหัสวิชา<br/>           -ปรับชื่อวิชา<br/>           -ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง<br/>           ทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | สาระการปรับปรุง       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <p>แนวความคิด การออกแบบการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และเขียนโครงร่างงานวิจัย</p> <p>Meaning, roles, importance and benefits of marketing research, researcher ethics, specification marketing research, researcher ethics, specification and scope of marketing research, research process and procedure, research objectives, hypothesis, variables, conceptual framework, research design, data analysis methods, and research proposal</p>                                                                                                                   | <p>รายงานการวิจัย และการนำเสนอข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจทางการตลาด</p> <p>Definitions, importance and research processes, research question determinations, research designs, data collections, data processing, data analysis and interpretations, research reports, and information presentations based on analyzed data to be guidelines for marketing decisions</p> |                       |
| <p><b>3544602 การวิจัยการตลาด 2 2(1-2-3)</b></p> <p><b>Marketing Research II</b></p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3543601 การวิจัยการตลาด 1</p> <p><b>Pre-requisite : 3543601 Marketing Research I</b></p> <p>การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล และการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลการอภิปรายผลการวิจัย การสรุปผลการวิจัยและการเขียนรายงานผลงานวิจัย</p> <p>Data collection, data processing by using statistic programs for data analysis, result interpretation, result discussion, research conclusion, and research report writing</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>-ยกเลิกรายวิชา</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3544101 การตลาดโลก 3(3-0-6)</p> <p>Global Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิดและปรัชญาการบริหารการตลาดโลก องค์กรและข้อตกลงทางการค้าในตลาดโลก สภาพแวดล้อมทางการตลาด การเลือกตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโลก จริยธรรมทางการตลาด</p> <p>Concepts and philosophy of the global marketing management, organizations and the global trading agreements, marketing environment, target market selection, global marketing strategy and marketing ethics</p> | <p>3543117 การตลาดโลก 3(3-0-6)</p> <p>Global Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิดและปรัชญาการบริหารการตลาดโลก องค์กรและข้อตกลงทางการค้าในตลาดโลก สภาพแวดล้อมในตลาดโลก การเลือกตลาด กลยุทธ์การตลาดโลก จริยธรรมทางการตลาดโลก</p> <p>Concepts and philosophies of global marketing management, organizations and trade agreements in the global markets, global market environments, market selections, global marketing strategies, global marketing ethics</p>                                                                                                                                                                                                       | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>3543122 นวัตกรรมการตลาด 3(2-2-5)</p> <p>Marketing Innovation</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>ความหมายและความสำคัญของนวัตกรรมการตลาด องค์ประกอบของนวัตกรรมการตลาด เครื่องมือสนับสนุนนวัตกรรมทางการตลาด การพัฒนาการคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงระบบ และความคิดสร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ กรณีศึกษาด้านนวัตกรรมทางการตลาด</p> <p>Definitions and importance of marketing innovations, elements of marketing innovations, marketing innovation support tools, development of analytical thinking, system thinking, and creative thinking, value added creation by innovations and creative thinking, case studies of marketing innovations</p> | <p>-เพิ่มรายวิชาใหม่</p>                                                          |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | สาระการปรับปรุง                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>3542403 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน 3(3-0-6)</b><br/> <b>Integrated Marketing Communication</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</b><br/>           แนวคิดส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาด การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน รวมถึงการควบคุมและการประเมินผล<br/>           Concepts of marketing mix ,tools of marketing, Integrated marketing communication,tool of integrated marketing communication,strategies of integrated marketing communication,evaluation and controlling</p> | <p><b>3543408 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(2-2-5)</b><br/> <b>Integrated Marketing Communication</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b><br/>           แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การจัดทำงบประมาณ การควบคุมและการประเมินผล จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด<br/>           Integrated marketing communication concepts, roles and importance of marketing communication, tools of integrated marketing communication, integrated marketing communication planning, budget specifications, control and evaluation, marketing communication ethics</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา<br/>         -ปรับชื่อวิชา<br/>         -ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |
| <p><b>3542307 การบริหารงานขาย 3(3-0-6)</b><br/> <b>Sales Management</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</b><br/>           ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขาย และการบริหารงานขาย การวางแผนการขาย การขายโดยบุคคล การพยากรณ์ การขายและอัตราค่าจ้าง การจัดองค์การการขาย อาณาเขตการขาย การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ การควบคุมและประเมินผล การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และจรรยาบรรณ<br/>           Introduction to selling and sales management, sales planning, personal selling, sales forecast and manpower, sales organization, sales territory, personnel recruitment and</p>      | <p><b>3543306 การบริหารงานขาย 3(2-2-5)</b><br/> <b>Sales Management</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b><br/>           แนวคิดของการบริหารงานขาย ขั้นตอนการบริหารงานขาย การพยากรณ์ยอดขาย การจัดองค์การฝ่ายขาย การบริหารพนักงานขาย ศิลปะการขาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสังคม และจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการขาย<br/>           Sales management concepts , sales management procedures, sales forecasts, organization structures of sales department, sales staff management , art of sales, sales</p>                                                                                                                                                                 | <p>-ปรับรหัสวิชา<br/>         -ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p>                            |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                    | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | สาระการปรับปรุง   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| selection, sales training, motivating salespeople, evaluation and control, customer relationship management and sales ethics | personnel and customer relationships, social responsibilities, and sales ethics                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                   |
|                                                                                                                              | <p><b>3544608 โครงการงานทางการตลาด 3(2-2-5)</b><br/> <b>Marketing Project</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>ความหมายและความสำคัญของโครงการงานการตลาด การสืบค้นข้อมูลและการกำหนดหัวข้อโครงการงานการตลาด การเขียนโครงการงานการตลาด และนำเสนอเพื่อการพิจารณาอนุมัติ การดำเนินงานตามแผนโครงการงานการตลาด การควบคุม และการประเมินผล การจัดทำรายงานและการนำเสนอโครงการงานการตลาด โดยเน้นการทำงานเป็นทีม ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา</p> <p>Definitions and importance of marketing projects, information searches and determinations of marketing project topics, writing procedures of marketing project proposals, submission for approval, project implementations based on designed marketing plans, control and evaluation, written report submission, and team working presentations of marketing projects under advisors' supervisions</p> | -เพิ่มรายวิชาใหม่ |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543105 กลยุทธ์การตลาด 3(3-0-6)</p> <p>Marketing Strategies</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>ความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการแข่งขันในธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด รูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาด การส่งเสริมการตลาด และจรรยาบรรณทางการตลาด</p> <p>Meaning, roles and importance of marketing strategy for business competition, marketing environment analysis, marketing strategy patterns of product, price, place, promotion and marketing ethics</p> | <p>3543108 กลยุทธ์การตลาด 3(2-2-5)</p> <p>Marketing Strategy</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>บทบาท ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาด องค์ประกอบ กลยุทธ์การตลาด วิเคราะห์ตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ การควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดภายใต้กรอบของจรรยาบรรณทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>Roles and importance of marketing strategies, marketing strategy elements, marketing analysis, target market determination, strategic marketing planning processes, control of marketing operations within the framework of the marketing ethics and social responsibility</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543106 การตลาดบริการ 3(3-0-6)</p> <p>Service Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>ลักษณะของตลาดบริการ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการบริการ ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ คุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างความภักดีต่อการให้บริการขององค์กร</p> <p>Characteristics of service market, difference between products and services, performance of consumer behavior to services, marketing mix for services, quality, customer satisfaction and establishing service loyalty</p> | <p>3543109 การตลาดบริการ 3(3-0-6)</p> <p>Service Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>ลักษณะเฉพาะของกิจการบริการที่แตกต่างจากการผลิต การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การวางแผน และการออกแบบกระบวนการให้บริการ ส่วนประสมการตลาดบริการเพื่อให้บรรลุคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า วิธีวัดความพึงพอใจของบริการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้รับบริการ รวมถึงแนวคิดต่างๆทางด้านการตลาด บริการที่สำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมของผู้ประกอบการ</p> <p>Characteristics of service business, analysis of marketing environments, consumer behaviors, technological advancement, planning and designing processes of service business, service marketing mix to achieve service quality, customer satisfaction and loyalty, satisfaction measurement methods on service products, formation of positive relationships with customers, service marketing concepts affecting customers' satisfaction, corporate social responsibilities, and entrepreneurship ethics</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543112 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(3-0-6)</p> <p>Social and Environment Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>ความหมายและความสำคัญของการตลาด แนวคิดด้านการตลาด ปรัชญาทางการตลาดที่มุ่งเน้นเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กระบวนการจัดการทางการตลาดโดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่ออนุรักษ์จัดการสังคมและสิ่งแวดล้อม</p> <p>Meaning and importance of marketing, marketing concepts and philosophies specially focusing on society and environment, marketing strategy plans affecting the society and environment</p> | <p>3543111 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3(2-2-5)</p> <p>Social and Environment Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปัญหาของสังคมและสิ่งแวดล้อม หลักการการตลาดสีเขียว กระบวนการจัดการการตลาด ความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมผู้บริโภคที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม การวางแผนการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถนำไปปฏิบัติได้</p> <p>Concepts of social and environmental marketing, environmental marketing planning and applicationsocial and environmental problems, green marketing principles, market management processes, corporate social and environmental responsibilities, analysis of the social and environmental marketing, consumer behaviors considering issues of societies and environments, social and environmental marketing planning and applications</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | สาระการปรับปรุง          |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                           | <p>3543118 การตลาดสินค้าเกษตร 3(2-2-5)<br/> Agriculture Marketing<br/> รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด<br/> Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>สภาพแวดล้อมของตลาดสินค้าเกษตร นโยบายรัฐบาลสินค้าเกษตร ภูมิศึกษาทางการตลาดสินค้าเกษตร การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร การพัฒนากลยุทธ์การตลาด การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเชื่อมโยง</p> <p>Concepts of agricultural market structures, environmental factors of agricultural product markets, government policies of agricultural products, case studies of agricultural product marketing, value added creation to agricultural products, marketing strategy development, management of interconnected distribution channels</p> | <p>-เพิ่มรายวิชาใหม่</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543114 การตลาดชายแดน 3(3-0-6)</p> <p>Border Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>บทบาท และความสำคัญของการตลาดชายแดน สภาพแวดล้อมทางการตลาด วิธีการเข้าสู่ตลาด กลยุทธ์ ส่วนผสมทางการตลาด การส่งออก นำเข้า พิธีการศุลกากร การขนส่ง ประกันภัย จรรยาบรรณของการตลาด</p> <p>Roles and importance of marketing border, marketing environment, entry methods to market, marketing mix strategy, exporting and importing, customs process and procedure, transportation, insurance and marketing ethics</p> | <p>3543119 การตลาดชายแดน 3(3-0-6)</p> <p>Border Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>บทบาท และความสำคัญของการตลาดชายแดน ที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดชายแดน พฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์ค้าปลีก ค้าส่งและโลจิสติกส์ ระหว่างชายแดน การใช้เทคโนโลยีทางการตลาด</p> <p>Roles and importance of border marketing to the national economy, analysis of border market opportunities, customer behaviors, retail and wholesale strategies, border border logistics marketing technology use</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543202 การจัดการตราสินค้า 3(3-0-6)</p> <p>Brand Management</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>บทบาท ความสำคัญของตราสินค้าในการดำเนินงานทางการตลาด แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการตราสินค้า การสร้างตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า กระบวนการสื่อสารตราสินค้า</p> <p>Roles and importance of brand in marketing activities, concepts of brand management, brand development, brand equity, brand loyalty, and brand communication</p> | <p>3543120 การจัดการตราสินค้า 3(3-0-6)</p> <p>Brand Management</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>ความหมาย และความสำคัญของแบรนด์ องค์ประกอบแบรนด์ แนวคิดแบรนด์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วิธีการสร้างแบรนด์ เอกลักษณ์ ของแบรนด์ ความเข้มแข็งของแบรนด์ การสร้างคุณค่าของแบรนด์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการสร้างแบรนด์ การกำหนดเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์ การวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์</p> <p>Definitions and importance of product brands, brand elements, brand concepts, target market determinations, brand building, brand characteristics, brand strength, brand value creations, factors of success and failure in branding, communication tool determinations building brand awareness, analysis of case studies on branding</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3542309 การตลาดทางตรง 3(3-0-6)</p> <p>Direct Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>หลักการ และแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดทางตรง บทบาทของการตลาดทางตรงที่มีต่อผู้บริโภคและสังคม ความสำคัญของเทคโนโลยีในการพัฒนาตลาดทางตรง เครื่องมือของการตลาดทางตรง การใช้สื่อ และการตอบสนองการตลาดทางตรงแบบต่าง ๆ จรรยาบรรณของนักการตลาดทางตรง</p> <p>Principles and concepts of direct marketing, roles of direct marketing on consumers and societies, importance of technology for direct marketing improvement, tools of direct marketing, media use, types of response to direct marketing, and direct marketing ethics</p> | <p>3543121 การตลาดทางตรง 3(3-0-6)</p> <p>Direct Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>หลักการ และแนวคิดการตลาดทางตรง บทบาทของการตลาดทางตรงที่มีต่อผู้บริโภค ระบบฐานข้อมูลในการตลาดทางตรง เทคโนโลยีในการพัฒนาตลาดทางตรง เครื่องมือของการตลาดทางตรง การตอบสนองการตลาดทางตรงแบบต่าง ๆ และจรรยาบรรณนักการตลาดทางตรง</p> <p>Principles and concepts of direct marketing, roles of direct marketing on consumers , database system in direct marketing, technologies for developing direct markets, tools of direct marketing, various types of direct marketing responses, and direct marketing ethics</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543305 การจัดซื้อ 3(3-0-6)</p> <p>Purchasing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 354110 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>หลักการ และการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ การจัดองค์การการจัดซื้อ การกำหนดและตรวจคุณสมบัติ การกำหนดจำนวนที่จะซื้อที่ประหยัด การพิจารณาระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสม และจุดสั่งซื้อที่ประหยัด และการกำหนดจังหวะเวลาในการซื้อ การเลือกและหาผู้ขาย วิธีจัดซื้อแบบต่าง ๆ การควบคุมและประเมินผลหลังการซื้อ</p> <p>Principles and purchasing management, purchasing organization management, specification and inspection, economic quantity order, safety stock, order point, seller selection, buying methods, evaluation and control after buying</p> | <p>3543307 การจัดซื้อ 3(3-0-6)</p> <p>Purchasing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Prerequisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>หลักการ และการบริหารงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ กลยุทธ์การจัดซื้อ การเลือกแหล่งขาย การเจรจาต่อรอง การควบคุมสินค้า คงคลัง ระบบการจัดซื้อ การจัดซื้อแบบออนไลน์ การเก็บสถิติรายงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ กลยุทธ์การจัดซื้อ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ</p> <p>Principles and management of procurement, purchasing strategies,sales source determinations, purchasing negotiations, inventory control, purchasing systems, online purchasing, statistical data collections of purchasing, purchasing strategies, laws related to purchasing</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564 | สาระการปรับปรุง                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543203 ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรม 3(3-0-6)<br/>ทางการตลาด</p> <p>Social Responsibility and Marketing Ethics</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>ทฤษฎี แนวคิด ของจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม เหตุผลที่ธุรกิจต้องมีจริยธรรม การสร้างจริยธรรมในองค์กร ธุรกิจ และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เน้นจริยธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องทางการตลาด แนวคิดของธุรกิจภายใต้จริยธรรม และการกำกับที่ตีควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม</p> <p>Theories, concepts of ethics and social responsibility, reasons of having ethics in doing business, establishing ethics, good governance management and environmental conservation concepts in business organizations, emphasizing on marketing personnel and marketing activities to serve the society</p> |                           | <p>-ยกเลิกรายวิชา โดยนำเนื้อหาวิชาไปสอดแทรกในรายวิชาอื่นๆ ทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564 | สาระการปรับปรุง |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------|
| <p>3543204 การมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 3(3-0-6)<br/>Product Standardization<br/>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด<br/>Prerequisite : 3541102 Principles of Marketing<br/>ความหมาย วัตถุประสงค์ องค์ประกอบ และชนิดของ<br/>มาตรฐานสินค้าและบริการ กฎหมายพาณิชย์ การสร้างมาตรฐาน<br/>ผลิตภัณฑ์เพื่อการได้เปรียบเชิงพาณิชย์<br/>Meaning, objectives, component and types of<br/>product and service standard, commercial laws, creation<br/>of product standard for the business advantage</p>                                  |                           | -ยกเลิกรายวิชา  |
| <p>3543403 การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด 3(3-0-6)<br/>Marketing Public Relation<br/>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด<br/>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing<br/>ความหมาย ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์<br/>การตลาด วิวัฒนาการประชาสัมพันธ์ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ทาง<br/>การตลาด บทบาทการประชาสัมพันธ์ต่อระบบสังคมธุรกิจ เศรษฐกิจ<br/>และการเมือง เทคนิค และเครื่องมือใน การประชาสัมพันธ์ทาง<br/>การตลาด และกระบวนการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด หน้าที่<br/>ความรับผิดชอบ และจริยธรรมของการประชาสัมพันธ์</p> |                           | -ยกเลิกรายวิชา  |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | สาระการปรับปรุง                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Meaning, importance of marketing public relations, evolution of public relations, types of marketing publicity, roles of public relations to society, business, economy and politics, tools and techniques of marketing public relations, process, functions, responsibility, and marketing public relations ethics</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>3543304 การจัดการการค้าปลีกและการค้าส่ง 3(3-0-6)</b><br/> <b>Retailing and Wholesaling Management</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</b></p> <p>ความหมายและความสำคัญของการค้าปลีกและการค้าส่ง ประเภทของการค้าปลีกและค้าส่ง สภาพแวดล้อมของการค้าปลีกและค้าส่ง การเลือกทำเลที่ตั้ง การออกแบบการวางผังร้าน การจัดซื้อ การจัดการสินค้าและการจัดการสินค้าคงคลัง การตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด การบริการลูกค้า การกระจายสินค้า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในร้านค้า จริยธรรมและจรรยาบรรณของการค้าปลีกและค้าส่ง</p> <p>Meaning and importance of retailing and wholesaling, types of retailing and wholesaling, retailing and wholesaling environment, store location and store layout, procurement product and inventory management, pricing, promotion, customer service, product distribution, human resource management, retailing and wholesaling ethics and morals</p> | <p><b>3543308 การจัดการการค้าปลีกและจัดแสดงสินค้า 3(2-2-5)</b><br/> <b>Retail Management and Exhibition</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</b></p> <p>รูปแบบของธุรกิจค้าปลีก พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจค้าปลีก การจัดซื้อสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การออกแบบผังร้านค้าและการจัดแสดงสินค้า การให้บริการแก่ลูกค้าในธุรกิจค้าปลีก</p> <p>Types of retail business, customer buying behaviors, retail marketing strategies, goods purchasing, inventory management, store layout designs including goods displays, customer services in the retail business</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา<br/> -ปรับชื่อวิชา<br/> -ปรับรายวิชาจัดแสดงสินค้ามารวมกับรายวิชานี้<br/> -ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด<br/> -นำรายวิชาการจัดแสดงสินค้าไปรวมกับรายวิชาการค้าปลีกและการค้าส่ง</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564 | สาระการปรับปรุง                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------|
| <p><b>3543404 การจัดแสดงสินค้า 3(2-2-5)</b><br/> <b>Merchandise Display</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</b><br/> <b>ความสำคัญ</b> แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า ประเภทของการจัดแสดงสินค้า หลักการออกแบบพื้นที่จัดแสดงสินค้า อุปกรณ์และเทคโนโลยี วิธีปฏิบัติในการแสดงสินค้าในตู้โชว์ การบริหารสินค้าหน้าร้าน การขาย การบริหารลูกค้า การประเมินผลการจัดแสดงสินค้า</p> <p>Importance, concepts of merchandise display, categories of merchandise display, principles of designing the space for displaying products, materials and technology, ways to exhibit the merchandise, merchandise management displaying in the store, selling, customer management and merchandise display evaluation</p> |                           | <p>- นำรายวิชาไปรวมกับวิชาการจัดการค้าปลีก</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564 | สาระการปรับปรุง                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>3542310 การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน 3(3-0-6)</b><br/> <b>Logistics and Supply Chain Management</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน :3541102 หลักการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</b><br/>           ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์ และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน กิจกรรมที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน กระบวนการจัดซื้อ การขนส่ง การกระจายสินค้า การบริการลูกค้า จัดการสินค้าคงคลัง คลังสินค้า หลักเกณฑ์และมาตรฐานการปฏิบัติงาน กำหนดกลยุทธ์ทางด้านโลจิสติกส์ และการเชื่อมโยงตลาดกับการจัดการทาง โลจิสติกส์และการเชื่อมโยงตลาดกับการจัดการทาง โลจิสติกส์ และซัพพลายเชน รวมทั้งบทบาทที่มีต่อการพัฒนาประเทศ และหน่วยงานของรัฐที่ให้การสนับสนุน</p> <p>Theories and concepts of logistics and supply chain management, occurring activities in the supply chain, purchasing process, transportation, product distribution, customer service, inventory management, warehouse, rules and standards of logistics practice, logistics strategy, connection of marketing, logistics management and supply chain, and the logistics roles on the country progress and the supportive government sector</p> |                           | <p>-ปรับเนื้อหาให้อยู่ในรายวิชาการจัดการช่องทางการตลาดและโลจิสติกส์</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | สาระการปรับปรุง                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3542404 การโฆษณาและส่งเสริมการขาย 3(3-0-6)</p> <p>Advertising and Sales promotion</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>การส่งเสริมการตลาด การสื่อสารการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และการเลือกตลาดเป้าหมาย การโฆษณา สื่อโฆษณา และการวางแผนใช้สื่อ การสร้างสรรค์งานโฆษณา การส่งเสริม การขาย การจัดกิจกรรมทางการตลาด บทบาทและ ความรับผิดชอบของผู้ทำโฆษณาและส่งเสริมการขาย องค์การและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และการส่งเสริมการขาย</p> <p>Promotion,marketing communication, consumer behavior, target market selection, advertising, advertising media, planning to use advertising media, advertising creation, sales promotion, event marketing, roles and responsibility of advertisers and promoters, laws and organizations concerning with advertising and Promotion</p> | <p>3543407 การโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ 3(2-2-5)</p> <p>Advertising and Special Event</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>ความสำคัญของการโฆษณา และกิจกรรมพิเศษ การเลือกตลาดเป้าหมาย การ กำหนดกลยุทธ์การโฆษณา การวางแผนการโฆษณา และกิจกรรมพิเศษ การสร้างสรรค์แนวคิด สื่อโฆษณา การประเมินผลโฆษณา เครื่องมือเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษการพัฒนาตลาดด้วยกิจกรรมพิเศษ องค์การและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ</p> <p>Importance of advertising and special events target market selections, advertising strategy determinations, advertising and special events planning, creative selections of advertising medias, dvertising evaluation, tools for special events, market development using special events, organizations and laws related to advertising and special events</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับชื่อวิชา</p> <p>-ปรับเนื้อหาวิชาการตลาดเชิงกิจกรรมมารวมในรายวิชานี้</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> <p>-ปรับเป็นวิชาปฏิบัติ</p> |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564 | สาระการปรับปรุง                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------|
| <p>3543405 การตลาดเชิงกิจกรรม 3(2-2-5)</p> <p>Event Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>ทฤษฎี วิธีการ ความสำคัญของการตลาดเชิงกิจกรรม</p> <p>รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด การวางแผน และ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม การเลือกเครื่องมือการตลาดเชิงกิจกรรมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางการตลาด</p> <p>Theories, methods, importance of event marketing, event marketing types, event marketing planning and strategy, tool selection for event marketing to match with marketing situations</p> |                           | <p>- นำรายวิชาไปรวมกับวิชาโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3543406 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)</p> <p>Customer Relationship Management</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite: 3541102 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิด หลักการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างและรักษาฐานข้อมูลลูกค้า การวางแผนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เครื่องมือสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>Concepts, principles of customer relationship, constructing and keeping customer data base, customer relationship management planning, marketing communication tools for customer relationship</p> | <p>3543409 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)</p> <p>Customer Relationship Management</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิด หลักการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การวางแผนการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้ากลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า เครื่องมือและเทคโนโลยี ในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โดยการใช้ฐานข้อมูล และจรรยาบรรณทางการตลาด ต่อ ลูกค้า</p> <p>Concepts and principles of forming customer relationships, corporate- customer relationship planning, customer relationship strategies, tools and technologies for customer relationship management using database, and ethics of marketing on customers</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3544302 การพยากรณ์การตลาด 3(3-0-6)</p> <p>Marketing Forecasting</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>กระบวนการพยากรณ์ อุปสงค์การตลาด และการขาย การวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจ และปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ เทคนิคและเครื่องมือที่ใช้ในการพยากรณ์ระยะสั้นและระยะยาว แนวโน้มทางธุรกิจในสภาวะการเปลี่ยนแปลง</p> <p>Concepts of forecasting system, marketing demand and selling, analysis of economic and environmental factors influencing business, tools and techniques for short term and long term forecasting, trends of business direction in situational changes</p> | <p>3543501 การพยากรณ์ทางการตลาด 3(3-0-6)</p> <p>Marketing Forecasting</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิด กระบวนการพยากรณ์ อุปสงค์การตลาดและการขาย การวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจ และปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจเทคโนโลยีในการพยากรณ์แนวโน้มทางการตลาดโดยใช้ Big Data</p> <p>Concepts, forecasting processes, market and sales demands, economic analysis, factors influencing on technology business using big data in forecasting market trends</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | สาระการปรับปรุง                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3544501 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(2-2-5)</p> <p>Marketing Information System</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิดระบบสารสนเทศที่มีต่อการจัดการทางการตลาด</p> <p>โครงสร้างข้อมูล การสืบค้น วิเคราะห์ข้อมูล การอ้างอิง การจัดทำฐานข้อมูล และเหมืองข้อมูล เพื่อใช้ในการตัดสินใจทางการตลาด</p> <p>Concepts of information technology to manage marketing, data structure, information searching, data analysis, referencing, data base management to be used in marketing decision</p> | <p>3543502 ระบบสารสนเทศทางการตลาด 3(2-2-5)</p> <p>Marketing Information System</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิด ความสำคัญ และบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>ระบบสารสนเทศทางการตลาด Big Data ระบบฐานข้อมูลทางการตลาด</p> <p>การจัดการระบบสารสนเทศทางการตลาดและการประยุกต์ใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด</p> <p>Concepts, importance, and roles of information technology, marketing information system in terms of big data used as the marketing database, marketing information system management, applications of analyzed digital marketing information for marketing decisions</p> | <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | สาระการปรับปรุง                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3544601 สัมมนาการตลาด 3(2-2-5)</p> <p>Siminar in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3543102 การบริหารการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3543102 Marketing Management</p> <p>การวิเคราะห์ปัญหา และการแก้ไขปัญหาของธุรกิจ การนำทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญาของธุรกิจ การศึกษาความสำเร็จ และความล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาดของธุรกิจ รวมทั้งการจัดการการตลาดสมัยใหม่</p> <p>Problem analysis and solution for business</p> <p>Problem, application of marketing theories to solve business problem,case studies of successand failure in marketing management and updated marketing management</p> | <p>3544605 สัมมนาการตลาด 3(2-2-5)</p> <p>Seminar in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด 3543107 การวางแผนการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing 3543107 Marketing Planning</p> <p>ประมวลทฤษฎีทางการตลาด ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ ปัญหาของกรณีศึกษา และประเด็นที่น่าสนใจทางการตลาด วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดหรือวางแผนเพื่อแก้ปัญหา โดยใช้วิธีการเรียนแบบสัมมนา</p> <p>Marketing theory retrieval, further studies for applications of case study analysis,of interesting marketing issues, of marketing strategy planning or problem solving planning by using the seminar learning-teaching method</p> | <p>สาระการปรับปรุง</p> <p>-ปรับรหัสวิชา</p> <p>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | สาระการปรับปรุง                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>3544606 ภาษาอังกฤษสำหรับนักการตลาด 3(2-2-5)</b><br><b>English for Marketer</b><br>ฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษในการสร้างบุคลิกภาพของนักการตลาดทักษะ การใช้ภาษาอังกฤษในงานขาย การบริการ และการสื่อสารทางการตลาด<br>Practice English language skills to form marketers' personality, English language skills for sales personnel, service and marketing communication                                                                                                                                                                                                                              | -เพิ่มรายวิชานี้ เพื่อเพิ่มทักษะด้านภาษา และตอบสนองต่อตลาดแรงงาน       |
| <b>3544502 โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด 3(2-2-5)</b><br><b>Marketing Software</b><br>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด<br>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing<br>องค์ประกอบ และโครงสร้างหลักของโปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลข้อมูลทางการตลาด การติดตั้ง และการใช้งาน โดยการฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาดที่นิยมใช้ในปัจจุบัน<br>Component and structure of marketing software, software for marketing data analysis, marketing software installation, and practice to use the nowadays widely used marketing software | <b>3543503 โปรแกรมสำเร็จรูปทางการตลาด 3(2-2-5)</b><br><b>Program in Marketing</b><br>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด<br>Pre- requisite : 3541103 Principles of Marketing<br>การศึกษาและฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในงานด้านการตลาด การสืบค้นข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงานผลและการนำเสนอทางการตลาด<br>Studies and practices of software applications in marketing work packages, marketing information search, data collection methods, data processing, data analysis, written reports, and presentations | -ปรับรหัสวิชา<br>-ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | สาระการปรับปรุง                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3544604 หัวข้อพิเศษทางการตลาด 3(3-0-6)</p> <p>Special Topics in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541102 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541102 Principles of Marketing</p> <p>หัวข้อพิเศษตามสถานการณ์ กรณีตัวอย่างทางการตลาด ของธุรกิจประเภทต่าง ๆ วิเคราะห์สภาพแวดล้อม ส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ปัญหา</p> <p>Special marketing topics based on current issues, marketing case studies of various kinds of business, analysis of marketing environments and marketing mix to find out the problems and solutions</p> | <p>3544607 ประเด็นปัจจุบันทางการตลาด 3(2-2-5)</p> <p>Current Issue in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3541103 หลักการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3541103 Principles of Marketing</p> <p>แนวคิด กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ เครื่องมือในการพัฒนาทางการตลาดที่ทันสมัยหรือแนวโน้มทางการตลาดที่สำคัญในอนาคต</p> <p>Concepts, modern marketing strategies, marketing tools to improve modern markets or significantly potential future markets</p>                                                        | <p>- ปรับรหัสวิชา</p> <p>- ปรับชื่อวิชา</p> <p>- ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |
| <p>3544701 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด 2(1-2-3)</p> <p>Preparation for Field Experience in Marketing</p> <p>การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาดในด้านการรับรู้ลักษณะและโอกาสในการประกอบอาชีพ การประยุกต์หลักการ และทฤษฎีทางการตลาด การศึกษาแนวโน้มสภาพการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงาน โดยการใช้กรณีศึกษา สถานการณ์จำลอง การพัฒนาทักษะการใช้ภาษา คอมพิวเตอร์ การเขียนโครงการ การนำเสนอ บุคลิกภาพ การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ</p>                       | <p>3544703 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด 2(1-2-3)</p> <p>Pre-Apprenticeship in Marketing</p> <p>การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนก่อนการออกฝึกปฏิบัติวิชาชีพในด้านความรู้ในการปฏิบัติงานทางการตลาด การจัดทำโครงการ บุคลิกภาพ และทักษะในการปฏิบัติงาน</p> <p>Revision and retrieval activities of marketing knowledge and skills, marketing operations, marketing planning and reports including marketers' personality before serving apprenticeship as trainees in marketing work at establishments</p> | <p>- ปรับรหัสวิชา</p> <p>- ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p>                       |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | สาระการปรับปรุง                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3544702 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางการตลาด 6(540)</p> <p>Field Experience in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน: 3544701 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3544701 Preparation for Field Experience in Marketing</p> <p>การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการบริหารธุรกิจ การตลาดในหน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจชุมชน ธุรกิจเอกชน ภายใต้การควบคุมดูแลของอาจารย์นิเทศ โดยการนำความรู้ทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้ในสถานการณ์จริง จัดให้มีการปฐมนิเทศเกี่ยวกับรายละเอียดของการฝึกประสบการณ์ และจัดให้มีการปัจฉิมนิเทศเพื่ออภิปรายปัญหาการฝึกประสบการณ์ที่เกิดขึ้น และเสนอแนะแนวทางแก้ปัญหา</p> <p>Job training for field experiences in marketing administration in government and non-government organizations, local business, private business under lecturers' supervision emphasizing on the marketing principle and theory application to the job at the workplace, providing the first orientation to describe the job training information and the last orientation to share, discuss work experiences, and solve the problems</p> | <p>3544704 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด 6(540)</p> <p>Apprenticeship in Marketing</p> <p>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 3544703 การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการตลาด</p> <p>Pre-requisite : 3544703 Preparation for Field Experience in Marketing</p> <p>การปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการตลาด และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 540 ชั่วโมง และจัดทำรายงานตามที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>Job training at the establishments related to marketing work, not less than 540-hour work, submission of written reports assigned</p> | <p>- ปรับรหัสวิชา</p> <p>- ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด</p> |



| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | สาระการปรับปรุง                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>700390 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษา 2(90)</b><br/> <b>Co-operative Education Preparation</b><br/>           หลักการ แนวคิด และกระบวนการของสหกิจศึกษา<br/>           ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ความรู้พื้นฐานและเทคนิคในการสมัคร<br/>           งานอาชีพ ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน การสื่อสารและมนุษย<br/>           สัมพันธ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ ระบบการบริหารคุณภาพในสถาน<br/>           ประกอบการ เทคนิคการนำเสนอ การเขียนรายงาน<br/>           Principle, concepts and processes of cooperative<br/>           education, regulations, fundamentals and techniques in job<br/>           application, fundamental in practice, communication,<br/>           human relationship, personal development, quality<br/>           management system in the workplace, technical report<br/>           writing.</p> | <p><b>7204701 การเตรียมความพร้อมสหกิจศึกษาด้านการตลาด 2(1-2-3)</b><br/> <b>Cooperative Education Preparation In Marketing</b><br/>           กิจกรรมการเตรียมความพร้อมของผู้เรียนในการปฏิบัติ<br/>           สหกิจศึกษา โดยให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ระเบียบข้อบังคับ<br/>           กระบวนการสหกิจศึกษา ความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน การสื่อสาร<br/>           มนุษย์สัมพันธ์ การพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการนำเสนอ และการเขียน<br/>           รายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา<br/>           Activities to prepare learners in cooperative<br/>           education. Knowledge of principles, concepts, regulations,<br/>           CO-operative education process, Fundamentals of practice,<br/>           Communication, relationship, Personality development,<br/>           Presentation techniques, and Co-operative study performance<br/>           report writing.</p> | <p>- ปรับรหัสวิชา<br/>           - ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง<br/>           ทางการตลาด</p> |
| <p><b>7000490 สหกิจศึกษา 6(640)</b><br/> <b>Co-operative Education</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 7000390 การเตรียมความพร้อม</b><br/> <b>สหกิจศึกษา</b><br/> <b>Pre-requisite : 7000390 Co-operative Education</b><br/> <b>Preparation</b><br/>           การปฏิบัติงานในลักษณะพนักงานชั่วคราว ตามโครงการ<br/>           ที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการจัดทำรายงานและการนำเสนอ<br/>           On the job as a temporary employee with<br/>           assigned project to do the report and presentations</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p><b>7204702 สหกิจศึกษาด้านการตลาด 6(640)</b><br/> <b>Cooperative Education in Marketing</b><br/> <b>รายวิชาที่เรียนผ่านมาก่อน : 7204701 การเตรียมความพร้อม</b><br/> <b>สหกิจศึกษาด้านการตลาด</b><br/> <b>Pre-requisite : 7204701 Cooperative Education Preparation</b><br/> <b>in Marketing</b><br/>           การปฏิบัติงานเต็มเวลาในลักษณะพนักงานชั่วคราวในสถาน<br/>           ประกอบการ สามารถเรียนรู้ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร การทำงาน<br/>           ร่วมกับผู้อื่น การแก้ปัญหาในการทำงาน สามารถจัดทำรายงาน นำเสนอ<br/>           ความก้าวหน้า และผลสำเร็จของโครงการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจน<br/>           สามารถนำความรู้ความสามารถรวบยอดจากการศึกษาตลอดหลักสูตร<br/>           ไปประยุกต์ใช้</p>                                                                                                                                                                           | <p>- ปรับรหัสวิชา<br/>           - ปรับคำอธิบายรายวิชาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง<br/>           ทางการตลาด</p> |

| หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2559 | หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564                                                                                                                                                                                                  | สาระการปรับปรุง |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
|                           | Full-time operations. Able to learn to adapt to the corporate culture. Working with Colleague. Solving problems in work. Prepare reports. Present the progress and the assigned project. Able to apply knowledge to apply. |                 |



ภาคผนวก ง  
คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตร





คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ที่ ๕๐๙ /๒๕๖๓

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔)

ด้วยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ ถึงวาระในการปรับปรุงหลักสูตรครบรอบ ๕ ปี จึงกำหนดดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) เพื่อให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสภาวะการณ์ปัจจุบันและเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๘ และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อาศัยอำนาจตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ที่ ๔๒๒๔/๒๕๖๑ เรื่อง มอบหมายงานและมอบอำนาจให้คณบดีปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีสั่ง ณ วันที่ ๒๔ กันยายน ๒๕๖๑ คณะวิทยาการจัดการจึงแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) ประกอบด้วยบุคคล ดังต่อไปนี้

|                     |               |                         |
|---------------------|---------------|-------------------------|
| ๑. อาจารย์สิริชนก   | อินทสุวรรณ์   | ประธานกรรมการ           |
| ๒. รศ.อัปสร         | อิซอ          | กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ) |
| ๓. ผศ.มณีนันท์      | รัตนพันธ์     | กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ) |
| ๔. ผศ.จาริณี        | เอียรเจริญ    | กรรมการ                 |
| ๕. อาจารย์สิริกัญญา | โชติช่วง      | กรรมการ                 |
| ๖. อาจารย์จิราภรณ์  | ทองบุญยัง     | กรรมการ                 |
| ๗. อาจารย์ริษา      | มุกดา         | กรรมการ                 |
| ๘. ผศ.มีพร          | หาญชัยสุขสกุล | กรรมการและเลขานุการ     |

- หน้าที่
๑. กำหนดขั้นตอนและแนวทางการปฏิบัติงานในการปรับปรุงหลักสูตรเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยเรียบร้อยอย่างมีประสิทธิภาพ
  ๒. ประเมินหลักสูตรเพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
  ๓. พิจารณาจัดทำร่างปรับปรุงหลักสูตรจนแล้วเสร็จในทุกขั้นตอน และเสนอขออนุมัติหลักสูตรต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องตามลำดับ
  ๔. ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องและจำเป็นในการปรับปรุงหลักสูตร

/ให้คณะกรรมการ...

- ๒ -

ให้คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ  
ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่งาน ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไปจนกว่า  
การปรับปรุงหลักสูตรจะแล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ ๒๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๓



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระพรรณ จุลสุวรรณ์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



**คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา**  
**ที่ ๖๒๓ /๒๕๖๓**  
**เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด**  
**(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔)**

ด้วยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ ถึงวาระในการปรับปรุงหลักสูตรครบรอบ ๕ ปี จึงกำหนดดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) เพื่อให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันและเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๕๘ และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อาศัยอำนาจตามคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ที่ ๔๒๒๔/๒๕๖๑ เรื่อง มอบหมายงานและมอบอำนาจให้คณบดีปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีสั่ง ณ วันที่ ๒๔ กันยายน ๒๕๖๑ คณะวิทยาการจัดการจึงแต่งตั้งคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) ประกอบด้วยบุคคล ดังต่อไปนี้

|                         |               |                         |
|-------------------------|---------------|-------------------------|
| ๑. อาจารย์สิริชนก       | อินทะสุวรรณ   | ประธานกรรมการ           |
| ๒. รศ.ดร.ศศิวิมล        | สุขบท         | กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ) |
| ๓. อาจารย์ ดร.สิริภัทร์ | โชติช่วง      | กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ) |
| ๔. นางสาวสุรีพร         | ดาตทอง        | กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ) |
| ๕. ผศ.จาริณี            | เจียรเจริญ    | กรรมการ                 |
| ๕. อาจารย์สิริกัญญา     | โชติช่วง      | กรรมการ                 |
| ๖. อาจารย์จิราภรณ์      | ทองบุญยัง     | กรรมการ                 |
| ๗. อาจารย์รริณา         | มุกดา         | กรรมการ                 |
| ๘. ผศ.มีพร              | หาญชัยสุขสกุล | กรรมการและเลขานุการ     |

หน้าที่ ร่วมวิพากษ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) ในวันศุกร์ที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๓ เพื่อให้ข้อเสนอแนะ แนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

/ให้คณะกรรมการ...



- ๒ -

ให้คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่งาน ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไปจนกว่าการปรับปรุงหลักสูตรจะแล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ ๙ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๓



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระพรรณ จุลสุวรรณ)  
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ภาคผนวก จ  
ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร  
และอาจารย์ประจำหลักสูตร



## ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่ 1                      นางสาวมีพร หาญชัยสุขสกุล  
ตำแหน่งทางวิชาการ      ผู้ช่วยศาสตราจารย์  
ประวัติการศึกษา

| ระดับการศึกษา | คุณวุฒิ-สาขาวิชา | สถาบันการศึกษา           | ปีที่สำเร็จการศึกษา |
|---------------|------------------|--------------------------|---------------------|
| ปริญญาโท      | บธ.ม. การตลาด    | มหาวิทยาลัยรามคำแหง      | 2544                |
| ปริญญาตรี     | บธ.บ. การตลาด    | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ | 2530                |

### การประชุมวิชาการ/สัมมนาทางวิชาการ

มีพร หาญชัยสุขสกุล และจาริณี เจริญเจริญ. (2562). ความเป็นอิสระจากการตรวจสอบภายในและการตรวจสอบการทุจริตของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. **การประชุมวิชาการ และเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 11 ถักทองานวิจัยท้องถิ่นก้าวไกลสู่สังคม**. 6-7 สิงหาคม 2562 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. 8 หน้า, 1451 – 1458.

จาริณี เจริญเจริญ, ประสิทธิ์ รุ่งเรือง และมีพร หาญชัยสุขสกุล. (2562). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรีวัยสี่สิบปีขึ้นไป ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. **การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ครั้งที่ 11**. 6-7 สิงหาคม 2562 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. 2 หน้า. 304 - 305.

มีพร หาญชัยสุขสกุล, ประสิทธิ์ รุ่งเรือง, พิษญา คงระงับ และณภัสรวดี ยืนเจริญ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการและความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการตลาดนัด UBI มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. **การประชุมวิชาการระดับชาติ เทคโนโลยีภาคใต้วิจัย ครั้งที่ 10 (Humanity Empowerment Through Social Innovation : การสร้างความเข้มแข็งให้กับมนุษยชาติ โดยนวัตกรรมสังคม)**. 21 กุมภาพันธ์ 2563 วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้. 8 หน้า, 228 – 236.

### ประสบการณ์การสอน

- 1) วิชาหลักการตลาด
- 2) วิชานโยบายผลิตภัณฑ์และราคา
- 3) วิชาการตลาดบริการ
- 4) วิชาการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย
- 5) วิชาการบริหารงานขาย
- 6) วิชาการบริหารการตลาด

**ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร**

ลำดับที่ 2                      นางจาริณี เขียรเจริญ  
ตำแหน่งทางวิชาการ      ผู้ช่วยศาสตราจารย์

| ระดับการศึกษา | คุณวุฒิ-สาขาวิชา      | สถาบันการศึกษา         | ปีที่สำเร็จการศึกษา |
|---------------|-----------------------|------------------------|---------------------|
| ปริญญาโท      | บธ.ม. การตลาด         | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | 2542                |
| ปริญญาตรี     | บธ.บ. การจัดการทั่วไป | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | 2534                |

**บทความวิจัย / บทความวิชาการ**

Rattanaphan, P., Rattanaphan, M. and J Sae-wong, J. (2018). **Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)**. 9 pages, 42-50.  
TCI (1).

**การประชุมวิชาการ / สัมมนาทางวิชาการ**

จาริณี เขียรเจริญ และประสิทธิ์ รุ่งเรือง. (2563). ความสามารถของผู้ประกอบการและความเปรียบเทียบในการแข่งขัน : หลักฐานเชิงประจักษ์ของผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยราชภัฏ สงขลา **การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 16 ความมั่นคงทางอาหารสู่สังคมไทยที่ยั่งยืน**. 24 มกราคม 2563 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 10 หน้า, 377 – 387.

จาริณี เขียรเจริญ, ประสิทธิ์ รุ่งเรือง และมีพร หาญชัยสุขกุล. (2562). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรีวัยสี่สิบปีขึ้นไป ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. **การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ครั้งที่ 11**. 6-7 สิงหาคม 2562 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. 2 หน้า. 304 - 305.

จาริณี เขียรเจริญ และประสิทธิ์ รุ่งเรือง. (2562). พฤติกรรมการใช้เวลาว่างของนักศึกษาต่อผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาวิชาการบัญชีเพื่อการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. **การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 6**. 20 กรกฎาคม 2562 มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือขอนแก่น. 8 หน้า, 87 – 94.

**ประสบการณ์การสอน**

- 1) วิชาหลักการตลาด
- 2) วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค
- 3) วิชาการตลาดโลก
- 4) วิชาการบริหารงานขาย
- 5) วิชาโฆษณาและส่งเสริมการขาย

**ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร**

ลำดับที่ 3                      นางรรินา มุกดา  
ตำแหน่งทางวิชาการ      อาจารย์

| ระดับการศึกษา | คุณวุฒิ-สาขาวิชา | สถาบันการศึกษา            | ปีที่สำเร็จการศึกษา |
|---------------|------------------|---------------------------|---------------------|
| ปริญญาเอก     | D.B.A. Business  | Universiti Utara Malaysia | 2563                |
| ปริญญาโท      | บธ.ม. การตลาด    | มหาวิทยาลัยรามคำแหง       | 2548                |
| ปริญญาตรี     | บธ.บ. การตลาด    | มหาวิทยาลัยทักษิณ         | 2543                |

**การประชุมวิชาการ /สัมมนาทางวิชาการ**

Khan Sanan W., Mookda, R., Intasuwan, S., and Chotchoung, S. (2020). The Effect of Negative Reporting on Corporate Social Responsibility Disclosures and Cooperate Performance. **International Meritorious Multidisciplinary Virtual Conference (IMMVC) 2020**. 16 – 19 August 2020. 2 pages, 90 – 91.

Khan Sanan W., Mookda, R., and Siriphan, T. (2020). The Effect of Leadership Communication Styles & its Impact on Leader-Member Exchange (LMX) Relationship with in the Telecommunication Sector in Pakistan. **International Meritorious Multidisciplinary Virtual Conference (IMMVC) 2020**. 16 – 19 August 2020. 1 pages, 91.

**ประสบการณ์การสอน**

- 1) วิชาหลักการตลาด
- 2) วิชาการตลาดโลก
- 3) วิชาการวิจัยการตลาด
- 4) วิชาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
- 5) วิชาการตลาดทางตรง
- 6) วิชากลยุทธ์การตลาด
- 7) วิชาบริหารการตลาด

**ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร**

**ลำดับที่ 4**                      นางสิริชนก อินทะสุวรรณ  
ตำแหน่งทางวิชาการ      อาจารย์

| ระดับการศึกษา | คุณวุฒิ-สาขาวิชา | สถาบันการศึกษา         | ปีที่สำเร็จการศึกษา |
|---------------|------------------|------------------------|---------------------|
| ปริญญาโท      | บธ.ม. การตลาด    | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | 2541                |
| ปริญญาตรี     | บธ.บ. การตลาด    | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | 2535                |

**การประชุมวิชาการ /สัมมนาทางวิชาการ**

สิริชนก อินทะสุวรรณ และ อรณิข สาครินทร์. (2562). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวในเขตน่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา. **การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ครั้งที่ 2**. 12 กรกฎาคม 2562 มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. 7 หน้า. 90 - 96.

Khan Sanan W., Mookda, R., Intasuwan, S., and Chotchoung, S. (2020). The Effect of Negative Reporting on Corporate Social Responsibility Disclosures and Cooperate Performance. **International Meritorious Multidisciplinary Virtual Conference (IMMVC) 2020**. 16 – 19 August 2020. 2 pages, 90 – 91.

**ประสบการณ์การสอน**

- 1) วิชาหลักการตลาด
- 2) วิชาสัมมนาการตลาด
- 3) วิชาการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 4) วิชาการบริหารงานขาย
- 5) วิชาสื่อสารการตลาด
- 6) วิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
- 7) วิชาโฆษณาและส่งเสริมการขาย
- 8) วิชาบริหารการตลาด

## ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับที่ 5 นางสาวสิริกัญญา โชติช่วง  
ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์

| ระดับการศึกษา | คุณวุฒิ-สาขาวิชา | สถาบันการศึกษา                      | ปีที่สำเร็จการศึกษา |
|---------------|------------------|-------------------------------------|---------------------|
| ปริญญาโท      | บธ.ม. การตลาด    | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ          | 2553                |
| ปริญญาตรี     | บธ.บ. การตลาด    | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย | 2551                |

## การประชุมวิชาการ /สัมมนาทางวิชาการ

Khan Sanan W., Mookda, R., Intasuwan, S., and Chotchoung, S. (2020). The Effect of Negative Reporting on Corporate Social Responsibility Disclosures and Cooperate Performance.

**International Meritorious Multidisciplinary Virtual Conference (IMMVC) 2020.**

16 – 19 August 2020. 2 pages, 90 – 91.

## ประสบการณ์การสอน

- 1) วิชาหลักการตลาด
- 2) วิชาการสื่อสารการตลาด
- 3) วิชาช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4) วิชาบริหารการตลาด
- 5) วิชาวิจัยการตลาด
- 6) วิชาโฆษณาและส่งเสริมการขาย







